

**CENTRE DE RECHERCHE POUR LE
DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL
(C.R.D.I.)**

**RAPPORT DE CONSULTATION
SUR :**

**LA COMMUNICATION
PARTICIPATIVE UTILISEE PAR
LES O.N.G. COMME STRATEGIE
DE DEVELOPPEMENT**

RECEIVED / REÇU
IS / SI
JJ
AQU
AUG 23 1994
ACTION: _____
CC: _____

ARCHIV
061.2.001.4(66)
K3

Présenté par:

Madame Marie-Bernadette KABRE

Juillet 1994

"La communication n'est-elle pas
vitale à l'homme ?

Pourtant
Nos sociétés mettent des solitudes
en présence qui ne se parlent pas.

Nous espérons que les éléments de ce
rapport contribueront à lever cette
contradiction.

AVANT PROPOS

AVANT PROPOS

La présente consultation a pour objectifs de faire connaître les Organisations Non Gouvernementales (O.N.G.) du BENIN, de la COTE D'IVOIRE et de la GUINEE CONAKRY qui utilisent la communication participative comme stratégie de développement.

Les résultats de cette consultation serviront de base de réflexion pour le développement d'un programme de communication au sein du Centre de Recherche pour le Développement International (C.R.D.I.) basé à OTTAWA au CANADA.

Nous voudrions saisir cette occasion pour remercier tous ceux qui ont permis la réalisation de cette consultation dans les différents pays.

Nos remerciements tout particuliers aux responsables du CRDI. A leur soutien financier et moral grâce auquel nous avons atteint ces résultats.

Puisse cette consultation susciter beaucoup d'intérêts au triple niveaux des populations locales, des Etats africains et des Instituts partenaires au développement, en vue de renforcer les bases d'une communication active alliant les vertus traditionnelles et modernes au service d'un développement harmonieux et durable des communautés.

C'est à ce prix et à ce prix seulement, qu'il nous sera possible d'amener les ONG à être de véritables agents de développement pour l'AFRIQUE.

INTRODUCTION

Du 6 juillet au 5 Août 1994, nous avons effectué à la demande du CRDI, une mission de consultation qui nous a conduit respectivement en République Populaire du BENIN, la COTE D'IVOIRE et la GUINEE CONAKRY.

Le rapport comporte quatre grandes parties : la première partie décrit le cadre général dans lequel la consultation s'est déroulée. Les parties 2 et 3 regroupent la synthèse, l'analyse des interviews et les recommandations. Enfin, la quatrième partie donne un aperçu des attentes et suggestions des participants à l'atelier régional de OUAGADOUGOU.

Mais avant de découvrir chaque partie, il s'avère nécessaire de brosser brièvement la physionnomie actuelle des ONG dans les trois pays visités.

1.1. Physionnomie actuelle des ONG

Dans les trois pays cités plus haut, nous avons constaté des points communs qui se résument en ceci :

- la croissance rapide en nombre d'ONG depuis l'avènement de la démocratie et de la crise socio-politique qui a secoué et secoue encore la quasi totalité des pays de l'Afrique de l'Ouest et du Centre ;
 - la jeunesse de ces ONG (4 ans d'existence) justifie leur peu d'expériences et leur incapacité de soutenir et de respecter une définition fonctionnelle et normative pertinente du concept ONG ;
 - l'existence de trois types d'ONG : les ONG dites commerçantes ; boîtes à lettres et enfin celles de développement.
- * s'agissant des ONG dites commerçantes, nous avons noté qu'elles se servent des populations pour drainer des fonds dont elles prétendent développer. C'est le cas des ONG déguisées en bureaux d'études.
- * Les ONG boîtes à lettres, elles n'existent que de nom, aucune activité réelle ne se mène.

* Les ONG de développement, ces dernières se reconnaissent par leur volonté de réaliser à tout prix des projets visant à améliorer les conditions de vie des populations. Cependant, les moyens financiers leur font défaut. Ainsi, elles vivent, luttent pour la survie. Au fil des années, les activités se réduisent, les entraînent ainsi vers un état de somnolence.

En dehors de ces points communs, nous avons enregistré quelques spécificités d'un pays à l'autre.

- En REPUBLIQUE POPULAIRE DU BENIN, il existe une nouvelle génération d'ONG implantée dans les villages et gérée par les villageois, certains analphabètes. Ces structures exploitent ses propres ressources locales en vue de renforcer les capacités des communautés à se prendre en charge.

- En COTE D'IVOIRE, la quasi-totalité des ONG sont nées des congrégations religieuses, parce qu'elles sont les premières à développer ce phénomène de groupement.

- En GUINEE CONAKRY, la coordination d'une vingtaine d'ONG féminines constitue une force incontournable pour tous les acteurs de développement. Cette coordination offre l'occasion de réaliser des programmes intégrés afin de maximiser les ressources tant nationales qu'internationales et viser un meilleur impact sur les populations bénéficiaires.

1.2. DEFINITION DU CONCEPT COMMUNICATION PARTICIPATIVE POUR LE DEVELOPPEMENT

Au cours des enquêtes, nous avons été amenés à définir le concept selon les exigences et les réalités du milieu. Cette définition est complémentaire à celle déjà donnée par le CRDI.

"La communication participative pour le développement est un processus dynamique d'objectivation des problèmes par les communautés et la prise en charge de la solution des problèmes dans une perspective de groupe soutenue par un partenariat efficace : communauté, ONG et bailleurs de fonds".

A présent, examinons progressivement les différentes parties du rapport en ayant à l'esprit que ce rapport se veut être un outil de travail opérationnel, simple et crédible.

SOMMAIRE

Avant propos

Introduction

Première partie : Aspects généraux de la consultation

Deuxième partie : Synthèse et analyse des résultats d'interviews

Troisième partie : Recommandations

Quatrième partie : Suggestion pour la réunion régionale de Ouagadougou au Burkina Faso

Cinquième partie : Conclusion et réflexions personnelles

Annexe 1 : Liste des ONG interviewées et recommandées

Annexe 2 : Questionnaire d'interview

Annexe 3 : Calendrier de travail

Annexe 4 : Liste des personnes rencontrées

Annexe 5 : Documents exploités

Annexe 6 : Abréviations utilisées

Observations : pour la commodité de la lecture, les parties 2 et 3 ont été regroupées par ONG et par pays.

PREMIERE
PARTIE :

LES ASPECTS
GENERAUX
DE LA
CONSULTATION

PREMIERE PARTIE : LES ASPECTS GENERAUX DE LA CONSULTATION

1.1. Le cadre conceptuel de la consultation

Le Centre de Recherche pour le Développement International (CRDI) à OTTAWA au CANADA a décidé d'élaborer un programme de communication pour le développement. Etant donné la complexité et la sensibilité du thème : COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT", le CRDI a opté pour une approche participative auprès d'ONG et autres organisations locales identifiées dans neuf (9) pays africains francophones et anglophones que sont : SENEGAL, BURKINA FASO, MALI, BENIN, COTE d'IVOIRE, GUINEE CONAKRY, NIGERIA, CAMEROUN et GHANA.

Les résultats de la consultation permettront d'organiser une réunion régionale sur le thème de la communication pour le développement à OUAGADOUGOU au BURKINA FASO les 26-27 et 28 Octobre 1994.

A l'issue de cette réunion un programme de communication sera élaboré en faveur de certains pays d'Afrique Centrale et Occidentale.

C'est pourquoi, les tâches assignées aux trois (3) consultantes, une par groupe de trois (3) pays sont les suivantes :

- identifier et interviewer les ONG et autres organisations locales utilisant la communication pour le développement dans leur programme d'action ;
- Etablir un profil de chaque ONG interviewée ;
- recueillir des suggestions auprès des ONG sur l'organisation et le contenu de la réunion régionale de OUAGADOUGOU ;
- recommander la participation de quatre (4) ONG maximum par pays à la réunion régionale ;
- identifier si possible des thèmes de recherche - action en matière de communication participative, qui pourront faire l'objet d'une réflexion ultérieure, en vue de développer un esprit de partenariat inter-institution de la sous-région.

1.2. La démarche méthodologique

Au plan de la méthode, deux étapes ont été observées :

a) l'étape de recherche de documentation, de sondage et d'interrogations auprès de personnes ressources - indirectement ou directement concernées par la question ; il s'agit des institutions internationales comme l'UNICEF, le PNUD. L'administration publique : comme les Ministères du développement rural, de la santé, de l'hydraulique, de l'intérieur, de l'information et de la communication et la fédération des ONG, etc....

b) la réalisation d'interview des ONG sélectionnées et la visite de terrain, quand c'est possible.

1.3. L'organisation du travail

- voir en annexe le calendrier de travail pour chaque pays ;
- la durée de la consultation a été de trois (3) semaines soit une semaine par pays.

1.4. Les critères de choix des ONG ou autres organisations à interviewer

- S'assurer que la structure concernée dispose d'activités de communication, animation, information, etc...
- s'assurer que le public cible concerne en priorité les femmes, les enfants et les jeunes ;
- opter pour les ONG nationales et autre organisations locales.

DEUXIEME
ET
TROISIEME
PARTIES :

PROFIL DES
O.N.G.

LA REPUBLIQUE
DU
BENIN

A - IDENTIFICATION

Nom : SURVIE DE LA MERE ET DE L'ENFANT
 Adresse : BP : 116 - DASSA ZOUME
 Tél. : (229) 53 00 66
 ou BP : 8178 - COTONOU
 Tél. : (229) 30 01 99
 Siège social : Dassa Zoumé
 Date de création : 1990
 Appartenance : Laïque
 Localisation géog. : niveaux régional et village

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : Monsieur Bernard GNANTONNOU
 Objectifs généraux : - assurer la santé et le développement des populations par des activités de prévention et le relèvement de leur pouvoir d'achat.

Domaines d'intervention : éducation, santé-nutrition, planning familial, vaccination, diarrhée, etc...

Activités réalisées : IEC dans tous les secteurs.

C - GROUPES CIBLES

Nombre total des membres : 85 dont 71 femmes et 14 hommes âgés respectivement de 15 à 65 ans et de 25 à 71 ans. Tous sont analphabètes.

D - MOYENS D'INTERVENTION :

Matériel : inexistant
 Humains : le bureau est formé de 12 membres
 Budget : côtisation des membres

E - PARTENAIRES IMPLIQUES :

Local : les vedettes de musique traditionnelle, griots, crieurs publics, personnages influents.

Ministères : Ministère de la Santé, Ministère des Affaires Sociales

Institutions : UNICEF, OMS, CRS

F - CONTRAINTES

L'ONG SURVIE dispose d'un budget limité qui ne lui permet pas d'entreprendre des activités d'appui à la communication participative. Les activités menées en matière d'IEC sont ponctuelles et ne s'inscrivent pas encore dans un programme global s'étalant sur plusieurs années.

G - ATOUTS :

L'ONG SURVIE est très dynamique. Etant l'émanation même du village, elle a vu l'adhésion de presque tous les villageois et chaque acte qu'elle pose, s'enracine dans la culture, la consolide et la rend crédible aux yeux des bénéficiaires et autres partenaires.

H - PERSPECTIVES

- élaboration d'une politique de communication participative ;
- formation des membres du bureau de l'ONG en technique de communication.

ANALYSE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : SURVIE DE LA MERE ET DE L'ENFANT

PROCESSUS ET MOYENS DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

Le processus s'est déclenché à partir de faits, d'évènements malheureux et récents vécus par les villageois. L'ONG SURVIE aide les communautés à faire une analyse causale de ces évènements, à rechercher les solutions appropriées et à s'engager immédiatement sur des actions concrètes selon leurs moyens.

Lieux :

familles, lieu central du village.

Canaux :

visites à domicile, assemblées générales, l'observation systématique de certaines pratiques, les démonstrations, communication orale face à face inter-personnelle et inter-groupe, réunions participatives et amusantes, récréatives grâce aux concours des musiciens traditionnels, les témoignages.

Réseaux :

Cellules SURVIE dans tous les villages, les crieurs publics, les musiciens traditionnels, les autorités locales et administratives, les guérisseurs traditionnels et griots.

Supports :

La voix, les images, les personnes influentes du milieu, l'alphabétisation, les échanges entre villageois et agents de développement.

Facteurs de motivation :

Taux élevé d'enfants complètement vaccinés, prix décerné par le Ministère de la Santé, éradication totale du ver de Guinée dans la zone d'intervention, extension progressive de l'ONG SURVIE à d'autres préfectures et villages.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

L'ONG est née dans le village et est gérée par les villageois eux-mêmes et quelques ressortissants vivant à Cotonou. Le siège est placé dans le village de Dassa-Zoumé et des cellules dans les autres villages. Les communicateurs sont du milieu et les messages émanent du milieu, d'où une parfaite symbiose entre les communicateurs et la source de communication.

Permanence de la communication :

Les communicateurs profanes issus du milieu ont été formés par les spécialistes en santé, environnement, etc... Ils sont outillés pour transmettre à tous moments par le biais des canaux disponibles les informations et déclencher le feed-back.

Accessibilité :

Les canaux sont pour la plupart gratuits, existent dans le milieu et facilement manipulables par les populations analphabètes.

Le degré de participation des communautés :

Les villageois s'exercent à gérer leurs problèmes sans attendre des interventions extérieures.

Tout problème concernant le village est traité de façon collégiale et chacun apporte sa contribution, le dialogue et la critique sont valorisés à tous les niveaux. Les assemblées générales permettent de restituer les résultats et d'apprécier les efforts fournis et les changements obtenus.

RECOMMANDATION

- 1) L'ONG SURVIE est jeune (4 ans) d'existence, mais de part sa stratégie de communication à la base, elle offre de fortes chances de toucher à court terme un maximum de villages.
- 2) L'ONG renforce les capacités des ressources humaines disponibles dans les différents villages où elle intervient par le biais de ses cellules SURVIE.
- 3) L'utilisation des canaux traditionnels dans une dynamique de développement sont des outils privilégiés pour valoriser toutes les ressources endogènes du milieu.
- 4) L'ONG SURVIE a réussi à développer une synergie entre les stratégies multi-média et les intervenants de la communication pour le développement ;
- 5) Les domaines d'intervention de l'ONG SURVIE, à savoir : santé, droits de l'enfant et de la femme, l'épargne et le crédit, l'alphabétisation sont les secteurs-clés d'un programme de développement pour le village ;
- 6) L'ONG SURVIE entretient de très bons rapports avec les structures nationales et internationales. A ce titre, elle constitue une alliée stratégique pour tous les intervenants du niveau village ;
- 7) Bien que l'ONG SURVIE soit vivement recommandée pour participer à la réunion régionale de OUAGADOUGOU, il faut noter des insuffisances et lacunes sur les plans conceptuels, méthodologique et moyens logistiques. La réunion de OUAGADOUGOU offrira l'occasion à SURVIE de consolider l'existant mais aussi et surtout de s'ouvrir à de nouvelles perspectives pour tenter de combler ses lacunes.

A - IDENTIFICATION

Nom : BENIN NATURE
 Adresse : BP : 06-1336 - COTONOU
 : Tél. : (229) 31 40 46
 : Fax : (229) 33 19 56
 Siège social : Cotonou
 Date de création : 1990
 Appartenance : laïque
 Localisation géo. : national

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : M. Toussaint HINVI
 Objectifs principaux : contribuer à la sauvegarde de l'environnement
 : sensibiliser les populations à l'importance de la nature.
 Domaines d'activités : environnement (reboisement), développement rural.
 Activités réalisées : pépinières dans les écoles, piscicultures, conférences-débats, campagne de reboisement
 Groupes cibles : élèves, paysans

C - MOYENS D'INTERVENTION

Bâtiments : néant
 Personnel : 3 personnes
 Budget : non disponible
 Partenaires : UNICEF, FAO, Ambassade des USA

D - CONTRAINTES

L'ONG BENIN NATURE n'a pas de projets ; elle se greffe sur les programmes des autres institutions pour proposer ses services. Elle sert de courroie ou d'intermédiaire entre l'organisme gestionnaire du projet et les communautés bénéficiaires. BENIN NATURE consciente de ses limites et insuffisances a opté pour une communication de masse focalisée sur la publicité. BENIN NATURE ne satisfait pas aux critères retenus pour être une ONG et ne dispose pas d'une stratégie de communication participative.

E - ATOUTS

L'ONG BENIN-NATURE est la seule ONG que nous ayons connue, capable de mobiliser les jeunes dans un bref délai et s'adapter à toutes les situations, ses moyens d'actions sont souples et légers.

F - PERSPECTIVES

BENIN-NATURE souhaite travailler à la base et disposer de son propre programme. En outre, l'ONG souhaite développer un partenariat efficace avec d'autres ONG nationales qu'internationales.

ANALYSE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : BENIN NATURE

PROCESSUS ET STRATEGIES DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

Partir des programmes et projets d'autres institutions pour proposer des services en matières d'environnement.

Lieux :

Partout où l'ONG est sollicitée

Canaux :

Radio, télévision, revue sur l'environnement, conférences-débats.

Réseaux :

Les élèves, les paysans, tout est fonction de la nature du projet et de ses groupes cibles.

Supports :

Ecrits, son, audio-visuels, oral, images, etc..

Facteurs de motivation :

BENIN-NATURE fait beaucoup de publicité et en tire une certaine satisfaction parce qu'elle se fait connaître et participe à toutes les réunions et conférences importantes concernant les ONG.

L'ONG BENIN-NATURE est le chef de file d'une vingtaine d'ONG oeuvrant dans le domaine de l'environnement.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

Les informations et toutes les activités menées par BENIN-NATURE peuvent être crédibles mais le fait que la structure ne dispose pas de projet propre laisse planer le doute, ce qui diminue le degré de crédibilité accordé aux activités.

Permanence de la communication :

Difficilement soutenable parce que l'ONG n'est accrochée à rien du tout, pas de mécanisme de suivi, de contrôle et d'évaluation. Tout est au gré du bailleurs de fonds.

Accessibilité :

Les canaux utilisés sont assez coûteux et ne sont pas à la portée du grand public analphabète.

Degré de participation des communautés :

Difficilement mesurable, compte tenu des raisons évoquées ci-dessus.

Les activités étant ponctuelles, il s'avère difficile d'en mesurer l'impact sur les groupes-cibles.

La méthodologie de communication utilisée n'est pas inter-active.

RECOMMANDATION

1) BENIN-NATURE est un regroupement de trois personnes, par conséquent ne répond pas aux critères d'une ONG ;

2) BENIN-NATURE ne dispose pas de projets, il fait de la publicité, de l'animation mais pas de communication pour le développement.

Compte tenu du degré d'avancement des autres ONG en la matière, il serait recommandé de ne pas inviter l'ONG BENIN NATURE à cette première réunion régionale de OUAGADOUGOU, mai plutôt envisager sa participation au cours d'autres séminaires où les thèmes seront en concordance avec le niveau d'évolution de l'ONG BENIN NATURE.

A - IDENTIFICATION

Nom : Association parmi les Femmes pour la Promotion de la Femme (AFPF)
 Adresse : BP : 77 - Dassa ZOumé - Rep. du BENIN
 Tél/ (229) 53 01 15
 Siège social : Dassa Zoumé
 Date de création : 16 mars 1989
 Appartenance : laïque
 Localisation géog. : sous-préfecture de Dassa-Zoumé

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : Mme Agathe OKOUNDE
 Présidente de l'AFPF
 Objectifs généraux : sensibiliser, informer, mobiliser, motiver et former les familles surtout rurales en vue de promouvoir et renforcer la qualité des pratiques nutritionnelles, agricoles et sanitaires au niveau du village.
 Domaines d'intervention : nutrition, éducation sanitaire, vulgarisation agricole, artisanat et économie familiale.
 Activités d'intervention : visites dans les familles, démonstrations nutritionnelles, petit élevage, jardinage, pesée des enfants, vaccination, économie familiale, conseils sur le planning familial, octroi de crédits, création d'un centre des arts et ménagers.

C - STRATEGIE

L'animation, la formation et l'éducation en groupe.

D - GROUPES CIBLES

20 groupements féminins regroupant 2.000 femmes analphabètes.

E - MOYENS D'INTERVENTION

Humains : 3 animatrices + 1 secrétaire
 Matériel : quelques affiches, matériel très insuffisant
 Budget : frais de scolarité des élèves du Centre d'Enseignement ménager.

F - CONTRAINTES

Le manque crucial de financement fait que l'ONG "s'essouffle", la motivation des membres et de femmes responsables de groupes diminue.

L'ONG a besoin d'une organisation de toutes ses activités pour en faire un programme cohérent.

Les fondatrices de l'ONG ont besoin de recyclages dans les domaines de l'animation et de l'utilisation de certains canaux de communication afin de faire face aux nouveaux besoins qui surgissent dans le milieu.

G - ATOUTS

- L'ONG est vieille et malgré les difficultés de financement a survécu jusque là ;

- elle est un acquis du village entier. Certains changements de comportement et d'attitudes au niveau des femmes, des hommes et de toute la famille ont été enregistrés dans les domaines de la nutrition des enfants, de l'espacement des naissances, etc...

- enfin, l'ONG est retenue par le projet Banque Mondiale dans le cadre du Programme "Nouvelle Stratégie" en matière d'hydraulique.

H - PERSPECTIVES

Les membres éprouvent les mêmes besoins que l'ONG "SURVIE".

ANALYSE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

A - IDENTIFICATION

Nom : Association pour la Promotion de la Femme en
Milieu Rural (APEFM)
Adresse : BP : 03-02010 - Cotonou - Rép. du Bénin
Siège social : Cotonou
Date de cration : 2 Mai 1993
Appartenance : Laïque
Localisation géog. : national

B - ORGANISATION

Responsable exécutif :
Objectifs généraux : - contribuer à l'panouissement de la femme
rurale ;
- augmenter son pouvoir d'achat ;
- alphabétiser les femmes et les jeunes filles.
Domaines d'intervention : santé/nutrition, environnement, agriculture,
élevage, alphabétisation, épargne, crédit.
Activités menées : encadrement ds groupements en nutrition,
séances de sensibilisaton/information des
femmes sur la planification familiale ; ac-
tivités génératrices de revenu, alphabéti-
sation.

C - GROUPES CIBLES : 557 femmes presque toutes analphabètes

D - MOYENS D'INTERVENTION :

Ressources humaines : 7 membres
Matériel : néant
Budget : données non disponibles

E - PARTENAIRES IMPLIQUES

Locaux : les groupements féminins
Autres : PNUD

F - CONTRAINTES

Insuffisance de moyens matériels et financiers.

G - ATOUTS

les groupements adhèrent aux projets. L'aspect communication constitue la seule force des projets.

H - PERSPECTIVES

Solliciter un encadrement technique dans l'élaboration de projets pour recherche de financement.

ANALYSE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : ANIMATION PARMI LES FEMMES POUR
LES FEMMES (A.F.P.F.)
et
ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DE
LA FEMME EN MILIEU RURAL (A.F.E.M.)

PROCESSUS ET STRATEGIES DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

Le processus débute par l'observation systématique de certaines pratiques couplées de celle participative par les femmes responsables de l'ONG. Les résultats de ces deux types d'observations conduisent à des stratégies de communication dont la principale est l'animation par petits groupes de femmes à femmes.

Lieux :

visite à domicile, au champ, au marché.

Canaux :

Ecoute active, causerie-témoignages, entretien face-à-face inter-personnel, l'alphabétisation, animation avec une composante recueil d'avis, de suggestions et de critiques, boîtes à images, contacts personnels, les confidences de femmes à femmes, visites de terrain, réunions, griots, l'utilisation des métaphores et autres symboles du milieu.

Réseaux :

Femmes relais, groupements de femmes, le "INA ILOU" (maman de tout le monde), vieux sages.

Supports :

Les essais en famille, la série d'images, la répétition des démonstrations, la voix, résultats des enquêtes et recensement.

Facteurs de motivation :

Le village entier s'est approprié des activités de l'ONG. Elle occupe une place de choix au sein du village.

LE DEGRE DE PARTICIPATON A LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

Les fondatrices de l'ONG APFP vivent dans le village et les autres femmes les connaissent ainsi, il se développe une confiance mutuelle et une solidarité entre femmes. La communication est directe, sincère et adaptée aux situations qui vivent les femmes. Il y a lieu de renforcer la formation des animatrices en technique et conception des supports de communication.

Permanence de la communication :

Dans le cas précis de l'APFP, elle se consolide d'année en année, mais a besoin de s'enrichir compte tenu des nouveaux besoins en communication qui se font jour.

Accessibilité :

Les canaux utilisés sont gratuits, à la portée des communautés, adaptés à la culture. La langue utilisée est la langue maternelle des femmes.

Le degré de participation des communautés :

Les femmes qui sont les premières concernées, agissent sur leur mari à cause des avantages qu'elles tirent en appliquant les conseils et en changeant leurs habitudes.

La femme devient l'animatrice, l'élément de changement dans sa famille, dans son quartier.

RECOMMANDATION

L'ONG Animation Parmi les Femmes pour le Femmes (APFP) est une ONG dirigée par trois femmes instruites diplômées mais par manque de travail rémunérateur en ville, ont décidé de revenir au village, de se marier et de créer une ONG pour la promotion de leurs soeurs restées au village.

C'est un exemple fort louable qui doit être suivi par d'autres, car c'est l'un des moyens sûrs pour contribuer au développement de son village.

En outre, elles ont prouvé par leurs activités qu'elles peuvent changer et améliorer les conditions de vie des femmes, des enfants et même des maris, car aujourd'hui le groupe cible secondaire est constitué par les hommes qui viennent délibérément s'informer et se former sur des sujets variés tels que la santé, le planning familial, la malnutrition, etc.. Les résultats sont très satisfaisants.

Enfin, ces femmes qui mènent des activités dans plusieurs villages depuis des années ont besoin d'être soutenues moralement, financièrement et techniquement.

Nous avons noté des insuffisances certaines, sur le plan technique, et nous osons croire que des échanges du genre de OUAGADOUGOU permettront aux responsables de reprendre confiance en elles-mêmes et d'instaurer une collaboration avec d'autres ONG soeurs.

Nous souhaitons vivement que ces femmes qui maîtrisent les stratégies de communication pour le développement, mais qui ne peuvent pas souvent, partager leurs expériences avec d'autres parce qu'elles sont limitées sur la plan linguistique, exploitent ce cadre d'échanges pour se faire découvrir.

RECOMMANDATION

L'Association pour la Promotion de la Femme en Milieu Rural est une association locale. Les activités de communication entreprises sont quasi similaires à celles des ONG SURVIE et APFP.

Son expérience en matière d'écoute-active de l'émission hebdomadaire à la radio sur les questions de développement dans les villages suivie de débats, d'exposés et d'actions concrètes à entreprendre mérite d'être partagée avec d'autres personnes.

Cependant, si le manque de financement pour des projets d'appui au développement n'est pas partiellement résolu, nous risquons d'assister à un affaiblissement de la dynamique de groupe de femmes d'une part et à une mise en cause des objectifs que l'ONG s'est fixée d'autre part.

En conséquence, nous pensons que l'aspect financement des ONG pour consolider des programmes intégrés, basés sur la communication participative doit faire l'objet d'une session à la réunion régionale de OUAGADOUGOU. Ainsi l'occasion sera offerte à l'APFEM de s'informer amplement.

A - IDENTIFICATION

Nom : Centre d'Information, de Recherche et d'Action pour la Promotion des Initiatives Paysannes (CIRAPIP)
 Adresse : 03 BP : 0314 - Cotonou - BENIN
 : Tél-Fax : (229) 32 16 10
 Siège social : Cotonou
 Date de création : 1984
 Appartenance : Laïque
 Localisation géog. : nationale

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : Monsieur Patrice C. GNACADJA
 Secrétaire Exécutif du CIRAPIP
 Objectifs généraux : - constituer et renforcer ou soutenir les actions gouvernementales et celles des agences internationales de développement orientées en faveur du monde rural et surtout des femmes et des enfants ;
 - aider les communautés de base à maîtriser le processus de l'analyse et expression de leurs besoins et dans la mise en oeuvre, suivi et évaluation d'initiatives concrètes en matière d'auto-développement.

Domaines d'intervention : regroupent 3 rubriques :

1) organisation paysanne qui comprend :

- sensibilisation, animation ;
- initiation de groupements en activités génératrices de revenus ;
- information sur les questions administratives et juridiques ;
- assistance technique du suivi/évaluation ;
- élaboration des projets pour des recherches de financement.

2) information/documentation/communication

3) formation orientée vers l'éducation non formelle à savoir l'alphabétisation fonctionnelle axée sur la gestion et les techniques agricoles.

Activités réalisées :

- 1) mise en place de la première forêt de l'amitié à Gbétagbo ;
- 2) initiation de plus de 10 groupements d'association de groupements villageois de production agricole et de développement communautaire ;
- 3) formations des responsables des groupements ;
- 4) réalisation de plusieurs études sur le développement ;
- 5) octroi de petits crédits à plus de 5 groupements ;
- 6) conférences-débats ;
- 7) évaluation annuelle des activités ;
- 8) participation aux séminaires et colloques.

C - GROUPES CIBLES

Jeunes paysans des 2 sexes, femmes rurales analphabètes, femmes citadines sans emploi, jeunes déscolarisés.

- Stratégie utilisée :

Valoriser toutes les ressources potentielles du milieu et les ré-investir dans les activités de développement du village.

E - MOYENS D'INTERVENTION

Humains : cadres/techniciens 8 et 2 DDS

matériels : 1 véhicule tout terrain, photocopieuse, fax, engins à deux roues

Budget : donnée non disponible

F - PARTENAIRES IMPLIQUES

Ministères : Ministères du Développement Rural, des Affaires sociales

Autres : FAIB/PNUD ; ADF/USA ; NGOS Belgique ; Coopération CEE/proptos de Belgique

Locaux : Représentants des communautés

G - CONTRAINTES

Insuffisance de matériel et équipements simples en matière de communication à mettre à la disposition des communautés.

H - ATOUTS

I - PERSPECTIVES

- Renforcer les moyens logistiques (équipements simples d'audio-visuel) pour améliorer les interventions ;
- rendre le fond documentaire plus riche et le mettre à la disposition de toutes les ONG du Bénin.
- l'ONG CIRAPIP offre l'occasion à toutes les ONG béninoise de s'informer sur les questions de développement grâce à l'existence de son centre de documentation, qui dispose de plus de 1.000 ouvrages.

ANALYSE DE RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : CERAPIP

PROCESSUS ET STRATEGIES DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

Le processus débute par une analyse de la situation pour identifier les problèmes prioritaires des groupes cibles. La méthode utilisée est la recherche-action. Les résultats permettent de dégager avec la communauté les actions à mener.

Lieux :

Lieu central du village, centre de documentation.

Canaux :

Assemblées générales, séances d'animation, visites de supervision, formations des animateurs et représentants des communautés, questionnaires.

Réseaux :

Correspondants locaux, responsables des groupements, les communautés.

Supports : oral et écrit.

Facteurs de motivation :

Don de vivres PAM, financement obtenu pour plusieurs projets, diversité des partenaires.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

Dès le processus de planification, toute la communauté est concernée et s'engage de façon consciente dans la mise en oeuvre, d'où une confiance mutuelle entre la communauté et l'ONG.

Permanence de la communication :

La communication est permanente dans la mesure où les communicateurs au niveau des groupements résident dans le milieu, et le processus est le même pour tout projet.

Accessibilité de la communication :

Les canaux utilisés nécessitent un minimum de moyens financiers pour les déplacements et la prise en charge des participants, d'où le besoin de greffer une activité génératrice de revenu à l'activité de mobilisation sociale.

Degré de participation de la communication :

La population cible participe à toutes les étapes du processus (plannification, exécution, suivi/supervision et évaluation).

RECOMMANDATION

L'aspect communication dans le programme du CIRAPIP est assez bien cerné. Le centre de documentation doté de plus de 1.000 ouvrages traitent spécifiquement que des problèmes de développement. Il offre de multiples occasions aux ONG de s'informer, d'échanger et de partager leur savoir avec d'autres personnes. C'est sur cette base de documentation, que s'organise les conférences-débats, les journées de sensibilisation et d'information.

Dans le cadre précis de la réunion régionale des ONG au Burkina-Faso, le CIRAPIP serait en mesure d'exposer sa stratégie d'intervention au niveau communautaire avec comme toile de fond son approche participative. Nous pensons également que le CIRAPIP devrait faire un effort de recherche et d'utilisation de canaux de communication multi-médias appropriés au public analphabète et surtout les femmes.

A - IDENTIFICATION

Nom : Groupe d'Etudes, d'Education et de Recherche en
Coopérative (GEERCOOP-ONG)
Adresse : BP : 161 (bureau Abomey-Calavi) - BENIN
Siège social : Cotonou
Date de création : 1982
Appartenance : Laïque
Localisation géog. : provinciale

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : M. Pantaléon Xavier F. HUNGBO
Objectifs généraux : assurer à la population rurale une formation
diversifiée en matière de développement en-
dogène et de promouvoir un régime d'auto-
formation dans le domaine des sciences
sociales du développement.
Domaines d'intervention : recherche, développement rural et urbain,
environnement.
Activités réalisées : - formation,
- élaboration et gestion des projets de déve-
loppement : recherche de sources de finan-
cement ;
- entretien des infrastructures socio-commu-
nautaires.

C - STRATEGIE

Séance d'information et de formation ; recherche.

D - GROUPES CIBLES

1.000 membres, dont 600 femmes, 100 hommes et 300 jeunes la plupart
analphabètes.

E - MOYENS D'INTERVENTION :

Humain : ingénieurs hydrogéologues, sociologues, juristes,
géographes, administrateurs civils, etc...

Budget/activité : 55 % formation
30 % réalisation communautaire
15 % matériels

G - CONTRAINTES

Manque de financement

H - ATOUTS

La GEERCOPP est une vieille ONG, bien implantée dans la zone lacustre, sur le plan de la recherche en développement ; elle est l'une des meilleures parce que disposant de personnes-ressources compétentes en la matière. La GEERCOOP évolue progressivement vers la forme d'un bureau d'études des problèmes de développement.

F - PARTENAIRES

Locaux : CBEDIBA, ALDIPE, SURVIE de l'ENFANT

Ministères : Energie, Mines et Hydraulique, Développement Rural

Autres : Université, Coopératives internationales (France)

I - PERSPECTIVES

- recherche d'aide institutionnelle ;
- recherche de formation (bourse ou stage en développement communautaire pour les membres de l'ONG) ;
- recherche de source de financement pour la réalisation des besoins fondamentaux et prioritaires des communautés de base ;
- recherche de partenariat avec des ONG ou autres institutions.

Nom de l'ONG : GEERCOOP

PROCESSUS ET STRATEGIES UTILISES

Processus :

Démarre avec une étude : recherche-action, puis l'élaboration d'un projet, recherche de financement.

Canaux :

Bouche à oreille, les affiches, le théâtre, le crieur public, la musique traditionnelle, etc...

Réseaux : personnes influentes, du milieu.

Supports : visuel, écrit, oral

Facteurs de motivation :

Observation :

Il n'est pas aisé pour nous d'apprécier certains aspects de la communication pour le développement, parce que nous n'avons pas pu par manque de temps, nous rendre sur le terrain, visiter les projets et vivre certaines situations. Cette étape aurait permis sans nul doute de lever certaines hésitations, de clarifier certains points d'ombre avec les communautés et d'avoir une interprétation juste du problème. Les éléments qui ont été portés à notre connaissance ne nous permettent pas d'affirmer notre analyse.

RECOMMANDATION :

Le GEERCOOP est une ONG spécialisée dans la conception des études et projets pour recherche de financement. Elle dispose de ressources humaines nécessaires pour mener les recherches et assurer les formations. Cependant le volet communication participative est reléguée au second plan et se résume à des activités de sensibilisation, information et mobilisation sociale.

Dans la perspective où le CRDI voudrait réaliser de la recherche-action dans certains domaines de la communication, elle pourrait se référer au GEERCOOP.

A - IDENTIFICATION

Nom : Association pour la Sauvegarde de l'Environnement et le Développement (ASED)
 Adresse : BP : 06 - 1269 - PK3 - Cotonou - Rép. du BENIN
 Tél. : (229) 31 32 28/33 13 19/33 06 62
 Fax : (229) 33 21 92
 Siège social : Cotonou
 Date de création : 1989
 Appartenance : laïque
 Localisation géog. : national

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : M. DJOGBENOU Coovi Paul
 Objectif général : promouvoir un développement durable aux générations futures
 Domaines d'intervention : environnement, recherche
 Activités réalisées : IEC sur les problèmes environnementaux, formation et encadrement technique du monde rural et scolaire, enquête diagnostic rurale participative, étude, conseil en assainissement urbain

C - GROUPES CIBLES : hommes et femmes du milieu rural

D - MOYENS D'INTERVENTION

Ressources humaines : ingénieurs agronomes, eaux et forêts, sociologues, DDS
 Matériel : 1 véhicule, engin à deux roues
 Budget : donnée non disponible

E - PARTENAIRES IMPLIQUES

Locaux : groupements villageois
 Ministères : Développement Rural, Environnement et Affaires Sociales
 Institutions : UNICEF, FAO, Banque Mondiale, etc...

F - CONTRAINTES

ASED est très sollicitée par les autres ONG.

G - ATOUTS

ASED dispose de personnes-ressources compétentes qui facilitent la gestion du programme sur le terrain. Elle est à ce titre parfois sollicitée pour mener des études de faisabilité pour d'autres structures. L'aspect communication participative est très bien mené au niveau des activités de suivi/évaluation.

H - PERSPECTIVES

Développer un partenariat efficace avec les autres ONG et institutions internationales.

SYNTHESES DES RESULTATS D'INTERVIEWS

Nom de l'ONG : ASED

PROCESSUS ET STRATEGIES DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

Tout projet ou activité démarre avec une étude du milieu à laquelle la population est sollicitée. De cette étude du milieu, découle le choix des priorités, la mobilisation des ressources et le calendrier des activités. Les encadreurs de l'ASED sont là pour aider la population à s'engager totalement. C'est donc sur la communication que l'accent est mis.

Canaux :

Le crieur public, les griots, les émissions radio, les visites de terrain, les réunions périodiques, les évaluations.

Réseaux :

les groupements, les services étatiques, les personnes influentes du milieu.

Supports :

oral, écrit, audio-visuel.

Facteurs de motivation :

Les bénéficiaires eux-mêmes deviennent des défenseurs de l'environnement dans d'autres villages.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Observation :

Les commentaires déjà faits en ce qui concerne les ONG SURVIE et APFP sont presque les mêmes que ceux de l'ASED.

RECOMMANDATION

Nous recommandons également la participation de l'ONG ASED à la réunion régionale de Ouagadougou, pour les raisons évoquées concernant les ONG SURVIE, APFP et CIRAPIP.

En outre, nous pouvons mentionner l'aspect particulier de l'ASED où nous avons pu mesurer l'impact de la communication participative sur les communautés bénéficiaires. Cet aspect particulier concerne l'auto-évaluation. C'est une séance de transfert de connaissances pratiques et d'auto-critique entre paysans de plusieurs villages. C'est en effet par ce biais que l'auto prise en charge de certains problèmes de développement par les bénéficiaires eux mêmes est effective. Il serait souhaitable que l'expérience de communication de l'ASED en matière de suivi/évaluation soit inscrite dans la rubrique échanges d'expériences à prévoir dans le programme de la réunion de Ouagadougou.

A - IDENTIFICATION

Nom : Organisation pour le Développement Socio-culturel
 à la Base (CULTUBASE)
 Adresse : BP 03-2173 - Cotonou - Rép. du Bénin
 Siège social : Cotonou
 Date de création : 3 février 1990
 Appartenance : laïque
 Localisation géog. : national

B - ORGANISATION

Responsable exécutif : M. CANDJODJO Hippolyte
 Objectif général : susciter, favoriser et promouvoir le développement social et culturel au sein des communautés de base.
 Domaines d'intervention : l'art et la culture, l'agriculture et les coopératives, l'information, l'édition, la publication et la diffusion, la coopération internationale, les loisirs, le tourisme, l'action sociale, la recherche, etc...
 Activités menées : sensibilisation et information à travers des reportages radio et télé.
 réalisation de fiches documentaires sur certains aspects de la vie des populations.

C - GROUPES CIBLES : les femmes, hommes et jeunes

D - MOYENS D'INTERVENTION :

Matériel : équipement audio-visuel.

E - CONTRAINTES : insuffisance de moyens financiers

F - PERSPECTIVES : souhaite développer un partenariat avec d'autres ONG afin de pouvoir étendre la zone d'intervention de Cultubase

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : CULTUBASE

PROCESSUS ET STRATEGIES UTILISES

Processus :

Analyse de situation, élaboration de projets et recherches de financement

Canaux :

émissions, reportage, films, articles, radio-télévision

Réseaux : Groupements

Supports : audio-visuel, écrit, oral.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT SUR LA COMMUNAUTE

Observation :

Nous avons eu l'impression que Cultubase investit beaucoup dans la conception de petits films documentaires portant sur les problèmes socio-culturels du milieu. Une telle option n'est pas mauvaise en soi, mais ce qui n'est pas perceptible et convainquant, c'est la place et le rôle joué par les populations dans ces activités à la fois d'information et de publicité. Nous avons l'impression qu'on agit sur la communauté et peu de possibilité lui est offerte pour réagir. Néanmoins, nous pensons que de tel jugement personnel doit être vérifié au cours d'une autre mission avec une visite de terrain.

RECOMMANDATION

Cultubase est une ONG qui embrasse plusieurs secteurs d'intervention d'où la difficulté également de maîtriser un secteur donné. En ce qui concerne la communication pour le développement, elle est diluée dans l'information qui se fait à sens unique. Nous n'avons pas eu le temps d'approfondir l'interview avec Cultubase, par conséquent les éléments d'appréciation nous manque pour exprimer clairement notre point de vue sur le problème de la communication au sein de Cultubase.

LA REPUBLIQUE
DE
COTE D'IVOIRE

Profil des ONG ivoiriennes

A - IDENTIFICATION

NOM : RADIO ESPOIR (radio privée)
Adresse : 12 - BP : 48 - ABIDJAN 12 - COTE D'IVOIRE
Téléphone : (225)27.60.01
Siège social : Abidjan
Date de création : 24/03/91 reconnu officiellement
 Accord signé entre le Vatican et l'Etat ivoirien
Appartenance : religieuse
Localisation : Abidjan et quartiers périphériques

B - ORGANISATION

Responsable : Père Jean FRANCO (nationalité italienne)
Objectifs généraux : Evangéliser les communautés
Promouvoir l'épanouissement humain

Domaines d'activités : enseignement de la Bible et diffusion des messages
dans les secteurs :
- santé, éducation, environnement, etc...

Activités réalisées : émissions radio diffusées
jeux concours
symbiose (animation populaire dans les quartiers)

Groupe cible : toute la population abidjannaise et des quartiers périphériques (pas de groupe cible précis).

C - MOYENS D'INTERVENTION :

Personnel : 150 volontaires animateurs dont 43 environ permanents et tous bénévoles

Budget : très limité, provient des activités propres de la radio : spots, annonces

Partenaires : R.F.I., O.M.S., Ambassade des Etats-Unis, Paroisses

D - CONTRAINTES

- Insuffisance de moyens financiers pour atteindre les objectifs ;
- rayon d'action limité à la ville d'Abidjan
- la participation des communautés à la base est quasiment nulle, il existe un vide entre l'ONG Radio-Espoir et les Communautés à la base ;
- la communication utilisée est à sens unique, il n'existe pas un système de feed-back de la part des bénéficiaires ;
- aucune mesure n'est prise pour évaluer l'impact de ces activités sur les communautés.

E - ATOUTS

- La Radio-Espoir est apolitique. De ce fait, elle a continué à fonctionner malgré les troubles socio-politiques ;
- l'ivoirien est profondément religieux et pris dans ce sens, la Radio-Espoir constitue une source de réconfort et d'émulation pour la plupart des ivoiriens ;
- comme tout africain, l'ivoirien a la "musique dans le sang". C'est pourquoi, Radio-Espoir combine ses émissions radio avec des séquences d'animation. C'est une méthode qui capte bien l'attention du public sur le contenu des messages.

F - PERSPECTIVES

- Etendre la couverture d'intervention
- créer des cellules de Radio-Espoir au sein des paroisses afin de décentraliser le système de communication ;
- obtenir des aides financières, du matériel de sonorisation et audio-visuel des populations.

ANALYSE DES RESULTATS D'INTERVIEW

Nom de l'ONG : RADIO-ESPOIR

PROCESSUS ET STRATEGIES DE COMUNICATION UTILISES :

Processus :

- collecte d'articles de presse au sein de plusieurs Institutions : OMS, Ambassade des USA, les coupures de presse RFI ;
- commentaires verbaux.

Lieu :

Un lieu central qui est ici la station de Radio-Espoir et parfois certains quartiers périphériques d'Abidjan.

Canal :

Média de masse : la radio, animation populaire.

Réseaux :

Paroisses, émissions, les spots.

Supports :

Ecrits et sonores.

Facteurs de motivation pour le public :

Jeux, concours dotés de prix.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

Les émissions sont réalisées par des animateurs de radio formés, les messages sont bien réalisés, mais il leur est difficile de contrôler la réaction du public face à leurs émissions.

Permanence de la communication :

Nous pouvons affirmer que la diffusion des messages sur des sujets divers sera constante mais la permanence d'une communication participative est nulle pour l'instant.

Accessibilité :

La Radio-Espoir est une radio privée. Elle utilise un canal qui n'est pas à la portée des communautés, en outre aucune enquête ou sondage n'a été réalisée pour évaluer le taux d'écoute.

Le degré de participation des communautés :

Pas de contact direct entre les émetteurs (concepteurs et réalisateurs) et les récepteurs (bénéficiaires = communautés). L'interaction est médiatisée par le son. Les messages sont diffusés à sens unique. Ce qui ne permet pas un contrôle sur le savoir être et le savoir faire des populations bénéficiaires, d'où toute la difficulté de considérer la stratégie de communication par la Radio-Espoir comme active, c'est-à-dire générant des changements au niveau des attitudes et comportements du public cible.

RECOMMANDATION

La Radio-Espoir ne satisfait pas aux critères de sélection d'un programme de communication pour le développement. les raisons essentielles se résument en ceci :

- 1) la radio-Espoir ne dispose pas en son sein d'un projet de communication participative, mais est plutôt utilisée comme un canal de diffusion des messages religieux surtout. Quelques sujets de développement social sont abordés mais pas en profondeur comme ceux portant sur la Bible.
- 2) Il faut également admettre que Radio-Espoir ne répond pas aux normes de définition d'une ONG.
- 3) Sur le plan conceptuel et méthodologique, la Radio-Espoir se cherche et à notre humble avis, l'atteinte de ses objectifs ne pourra pas se réaliser tant que l'approche et la méthodologie ne seront pas ré-orientées ou réajustées.

Cependant, il serait bon de garder à vue l'évolution de Radio-Espoir, d'autant plus que des partenaires comme le BICE et l'UNICEF peuvent par leur appui technique et financier revitaliser la structure.

**"NE RIEN FAIRE TANT QUE LA COMMUNAUTE
N'EST PAS LA"
c'est la devise du BICE**

A - IDENTIFICATION

Nom : Bureau International Catholique de l'Enfance (BICE)
Adresse : 01 - BP : 1721 - ABIDJAN 01 - COTE D'IVOIRE
Tél. : (225) 28.87.07 - Fax : (225) 32.45.89
Siège pour l'Afrique : Abidjan
Date de création : 1987
Appartenance : Institution à vocation régionale, d'aubédience religieuse

B - ORGANISATION

Responsable : Père René FAURITE

Objectifs principaux :

- Contribuer à la croissance intégrale de tous les enfants surtout des plus démunis ;
- servir de plateforme de concentration pour la recherche et l'action ;
- promouvoir la croissance spirituelle de l'enfant.

Domaine d'activités :

- la recherche en vue d'identifier les problèmes qui touchent l'enfant quelque soit son statut ;
- l'action à travers une large diffusion des informations sur la situation des enfants et mise en place de projets pilotes pour apporter des solutions aux problèmes posés.

PROJETS REALISES

1) Projet Droits de l'enfant :

La défense des droits de l'enfant se réalise en tenant compte de l'environnement familial de l'enfant. Ainsi les activités réalisées se résument à :

- une enquête pour identifier les droits de l'enfant qui sont négligés ou ignorés par la famille ;
- les résultats de l'enquête sont utilisés par les groupes de recherche pour animer des conférences débats dans les quartiers ;
- les résultats des conférences débats sont ensuite publiés et diffusés sous forme de livrets.

2) Projet Ecole des parents :

Ce projet est en voie de démarrage et consiste à donner une formation aux parents par le biais de la Radio-Espoir.

- organiser des réunions et des exposés au sein des paroisses afin d'aider les communautés à réfléchir sur leurs problèmes, à rechercher les solutions à leur propre niveau et parvenir à se prendre en charge même en cette période de crise socio-économique. Ce volet a le mérite de renforcer les capacités des parents, donc des communautés sur le plan de la gestion quotidienne de leur vie et en particulier celle de leurs enfants.

3) Projet enfant handicapé :

Le BICE a contribué à la création de deux (2) centres à GAGNOA, l'un s'intéressant aux handicapés physiques nécessitant des soins médicaux particuliers et l'autre axé sur la créativité de l'handicapé et de sa famille, c'est-à-dire libérer l'handicapé afin de l'amener à se prendre en charge par le biais d'un projet économique individuel incluant sa famille.

C'est donc amener l'handicapé, sa famille et toute la communauté à changé leur perception de l'handicapé et à le considérer désormais comme membre actif du développement. Ces changements d'attitude et de perception ont lieu grâce à la communication participative inter-personnelle et inter-groupe d'une part et à l'inter-sectorialité des projets d'autre part.

4) Projet enfants exploités sexuellement

Trois (3) projets sont en cours de démarrage ; il s'agit de :

a) collaborer avec le Ministère de l'Education Nationale à la mise en place dans toutes les Ecoles publiques ivoiriennes des kits d'information sur la sexualité. Ces pochettes d'information seront intégrées au contenu du cours d'éducation civique.

Des enseignants seront formés à la pratique de la communication participative dans ce domaine.

b) Introduire dans les écoles privées avec l'autorisation des chefs d'établissements un questionnaire sur la sexualité à faire remplir par les élèves de la 6ème à la 3ème et, les retourner aux membres du Comité sexualité.

Ce questionnaire est dépouillé et les résultats sont utilisés sous forme de conférence-débats, de conception de pièces de théâtre, etc...

c) Utiliser la Radio-Espoir dans le cadre de son activité "Symbiose" qui n'est rien d'autre que de l'animation populaire, incluant un jeu de question-réponse sur un thème donné et dont les gagnants seront récompensés par des prix.

5) Projet Enfant de la Rue et de la Drogue

Le BICE avait mis en place dix-huit (18) lieux d'écoute dans toutes les communes d'Abidjan, ceci en collaboration avec les centres sociaux et les paroisses. Malheureusement, ce projet n'ayant pas une réelle assise communautaire n'a pas pu être géré par ses initiateurs ; ainsi, il a été ré-orienté et actuellement il n'en existe qu'un lieu d'écoute à titre expérimental, où cette fois-ci, ce sont les jeunes qui se parlent et qui décident avec leur famille de mettre en place des projets.

C'est un lieu d'apprentissage de la vie, un centre de vie créatrice par des jeunes et pour les jeunes.

- La formation des écouters

Le BICE assure la formation sous forme de rencontres d'échanges. Il existe deux types de formation : la formation initiale qui dure deux (2) ans à raison de deux (2) sessions/semaine et la formation continue qui dure un an soit un (1) jour/mois.

- La formation des artisans

Pour que les artisans soient réellement des formateurs capables de développer l'esprit de créativité chez les jeunes placés en stage, le BICE propose de "monnayer" la formation du jeune contre une mise à niveau des connaissances de l'artisan dans les domaines où ce dernier éprouve des insuffisances.

6 - Projet sauvetage

Il consiste à sortir les enfants de 6 à 14 ans de la rue. Ce projet exige une réflexion approfondie dont la première étape consiste à organiser une journée porte ouverte les 29-30 octobre 1994 en vue d'inventorier toutes les organisations, qui oeuvrent en faveur de ces enfants et tenter d'élaborer une politique commune d'action, afin de faire prendre conscience à l'opinion publique de l'importance du phénomène.

7 - Projet résilience

C'est une pédagogie initiatique où on apprend à l'enfant à acquérir des capacités, qui lui permettent de lutter valablement contre les agressions multiples de la vie. Cette nouvelle philosophie sera appliquée aux enfants de la rue.

L'important dans ce projet est de préparer le jeune de la rue grâce à des techniques spécifiques à développer et à valoriser ses propres forces intérieures et ses capacités afin de transcender les difficultés et de se prendre en charge.

C - MOYENS D'INTERVENTION

Bâtiments : bureau sis gare lagunaire

Personnel : 5 fonctionnaires de l'Etat prêtés au BICE

Partenaires : UNICEF, DDE, Fondation LILIANE

D - CONTRAINTES

La principale contrainte demeure celle du manque de motivation de la quasi totalité du personnel de l'Etat détaché au BICE et de la faiblesse de collaboration entre le BICE et certains Ministères partenaires du programme.

E - ATOUTS

Le BICE est un organisme très connu en COTE D'IVOIRE à cause de son ancienneté de la diversité de ses projets dans le domaine de l'enfance en difficultés.

- L'évaluation du programme antérieur a mis l'accent d'une part, sur un renforcement de l'assise communautaire dans tous les projets et d'autre part, sur une clarification du statut du BICE ; car la tendance était de croire que le BICE est un bailleur de fonds, alors que non ; aujourd'hui, tous les partenaires savent que le BICE offre des services, des conseils, aide à la réalisation de certains projets en faveur des individus ou groupes qui désirent s'auto-prendre en charge dans leur milieu de vie.

Le BICE à travers son programme d'actions, tente de résoudre les problèmes en amont du développement intégral de l'enfant et partant de sa famille et de sa communauté.

ANALYSE DES RESULTATS D'INTERVIEW

Nom de l'ONG : B.I.C.E.

PROCESSUS ET MOYENS DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

Avant toute activité, le BICE avec le concours des communautés réalisent une recherche préliminaire en utilisant une démarche très participative. Il s'agit là d'une combinaison de plusieurs méthodes, comme la communication inter-personnelle, les entretiens approfondis et l'observation participative. Le processus intègre la communauté aux différents stades de la recherche, de la mise en oeuvre et de l'évaluation du programme communication servant de stratégie aux projets intégrés.

Lieux :

Les familles, les centres d'écoute, les centres sociaux, la place publique du quartier, les écoles, les paroisses.

Canaux :

Face à face inter-personnel et le face à face en groupe, l'entretien avec des groupes focalisés ; l'observation systématique de certaines pratiques, l'animation avec une composante ascendante, c'est-à-dire une composante de recueil d'avis et d'opinion, marketing social, les émissions, conférences débats.

Réseaux :

Les comités, groupes de recherche, les écouteurs, les élèves, les Ministères et ONG.

Supports :

La voix, les écrits, les images, les personnes influentes des villages, les jeunes et enfants.

Facteurs de motivation :

Changement de perception de la situation, épanouissement personnel et collectif à travers l'acquisition d'une autonomie et d'une capacité de résolution des problèmes par les bénéficiaires eux-mêmes.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

Le BICE utilise les personnes-ressources du milieu et les forme. Les responsables des différents projets sont formés à la démarche de communication communautaire.

Permanence de la communication :

C'est un savoir et un savoir-faire qui est transmis au jeune, à sa famille et à la communauté dont il est membre. Par conséquent, la communication pour le développement est non seulement accessible mais elle sera durable et permanente.

Accessibilité :

Les canaux utilisés sont à bon marché, exploitables par les groupes analphabètes. Ce sont des canaux existants déjà dans le milieu et qui sont valorisés grâce à une démarche participative. Ces canaux offrent la possibilité aux communautés de les tester et de les ajouter selon les situations.

Le degré de participation des communautés :

La communication telle qu'elle est pratiquée au sein des différents projets exécutés par les communautés fait apparaître ceci :

- une meilleure perception et de prise en compte des problèmes des enfants et jeunes par les parents ;
- une recherche d'auto-promotion à partir de leurs propres ressources d'abord ;
- une décision consciente de la communauté sur ce qu'elle veut devenir.

Le BICE accompagne la communauté vers une quête d'un avenir meilleur pour les enfants et de la société.

RECOMMANDATION

1) le BICE est une organisation internationale dont le siège de l'Afrique est basé à Abidjan, mais peut être considéré comme une ONG nationale dans la mesure où elle participe à la gestion de programmes spécifiques en faveur des enfants ivoiriens.

En outre, ses sources de financements sont diversifiées et ses partenaires crédibles, ce qui lui permet d'entreprendre d'une part un vaste programme axé sur les enfants et en particulier ceux les plus démunis, et d'autre part lui confère une certaine autorité parmi les autres ONG.

2) Il est également important de considérer que le BICE est une organisation à vocation sous-régionale et est habilitée à servir de cadre de concertation des partenaires oeuvrant pour les mêmes problèmes.

3) Les projets initiés par le BICE méritent d'être diffusés largement pour servir de base de réflexion ou de référence pour des pays qui connaissent les mêmes problèmes et désirent s'engager dans cette voie.

4) le BICE est très connue et force le mérite de ses partenaires qu'ils soient nationaux ou internationaux par sa philosophie. Il refuse de créer chez l'individu l'esprit d'assistanat, car il n'est pas à priori un bailleur de fonds, mais plutôt induit chez l'individu ou chez un groupe d'individus le réflexe du questionnement sur la vie et les amène par la communication communautaire à devenir leur propre agent de développement.

C'est en cela, que nous pensons que le BICE contribue par ses stratégies de communication à instaurer à moyen terme un développement réel au sein des communautés.

5) Il faut ajouter que le BICE est spécialisé dans le domaine de l'enfance et a mis en place des groupes de chercheurs et des comités d'animation suffisamment formés pour être utilisés comme personnes ressources par d'autres institutions.

INFORMATION ET INVITATION :

Le BICE convie le CRDI à participer à ses journées portes ouvertes sur l'enfant de la rue prévues les 29 et 30 octobre 1994.

A - IDENTIFICATION

Nom : Association pour la Femme Africaine contre le SIDA (AFAFSI) - section ivoirienne

Adresse : 01 - BP : 4237 - Abidjan 01
Tél. : (225) 43.20.12 - domicile
(225) 45.33.30 - bureau

Siège social : pas encore défini (salle de réunion de l'INSP)

Date de création : avril 1991

Appartenance : laïque

Localisation : central (au niveau d'Abidjan seulement)

B - ORGANISATION

Responsable : Docteur Sangaré Kouassi AFFOUE

Secteur d'intervention : santé, IEC

Objectifs généraux :

- mobiliser les femmes en milieu rural et urbain pour contrôler et prévenir le Sida ;
- identifier et étudier les habitudes socio-culturelles favorisant la circulation du VIH en milieu familial et communautaire ;
- identifier et étudier les comportements sexuels à risque aux fins d'adaptation d'une éducation sexuelle adéquate ;
- définir et proposer des moyens permettant aux femmes de lutter contre la propagation du VIH et le SIDA.

C - GROUPE CIBLE : femmes et jeunes filles

Stratégie utilisée : utiliser la communication inter-personnelle et inter-groupe.

D - PROJETS OU ACTIVITES REALISES

- projection de films sur le SIDA suivi de débats ;
- enquêtes ;
- entretien inter-personnel face à face ;
- étude-diagnostic sur les réactions des femmes face au SIDA ;
- interviews ;
- participation aux réunions nationales ou internationales sur le thème du SIDA ;
- organisation de rencontres bi-mensuelles avec les femmes et jeunes filles atteintes du SIDA.

E - MOYENS MIS EN OEUVRE

- ressources humaines : 12 membres de l'ONG
- Matériel : moyens personnels
- budget : presque inexistant (2000 F/an/personne).

G - CONTRAINTES

- surtout budgétaire
- contraintes socio-culturelles liées au sexe

H - ATOUTS

- utilisation des langues vernaculaires, des images, des témoignages

I - PERSPECTIVES

- installer dès que possible des antennes AFAFSI à l'intérieur du Pays
- utiliser le théâtre et les contes comme autres stratégies de communication.

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

NOM DE L'ONG : Association pour la Femme Africaine contre le Sida (section ivoirienne)

PROCESSUS ET STRATEGIES DE COMMUNICATION UTILISES

Processus :

- évaluation initiale portant sur le niveau de connaissance d'un groupe de femmes en matière de VIH/SIDA et MST.

Les résultats servent à élaborer les programmes spécifiques en matière de santé et IEC.

Canaux :

- les projections de films sur le SIDA et MST sont suivies de débats entre les membres de l'ONG et le groupe de femmes, des causeries-débats, la communication inter-personnelle au cours des visites à domicile, les commentaires verbaux et la retro-information.

Réseaux :

- les femmes, les agents de santé, les parents.

Supports :

- audio-visuel, sonore, écrit et oral.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

L'ONG jouit d'une crédibilité au sein du groupe de femmes et jeunes filles séro-positives.

Permanence de la communication :

- pour renforcer la permanence de la communication, l'AFASI a besoin d'un minimum de moyens financiers pour diversifier ses canaux et supports de communication.

Accessibilité :

La communication telle qu'elle est menée au sein de l'ONG ne touche qu'une minorité de personnes.

Degré de participation de la communauté :

La communication participative à elle seule ne suffit pas pour induire les changements et comportements sexuels vis-à-vis des groupes et attirer les cibles. Il y a la dimension politique à prendre en compte sans oublier les moyens financiers qui doivent accompagner les programmes de ce type.

RECOMMANDATION :

L'AFAFSI est une ONG qui développe la communication participative dans le domaine du SIDA/MST. Elle se bat pour réaliser des activités afin de prouver son existence. La volonté des membres de l'ONG est là, mais elle seule ne suffit. L'AFAFSI a besoin d'un encadrement technique de ses cadres en matière de communication participative. Toujours dans le cadre d'un appui institutionnel, l'AFAFSI et bon nombre d'ONG souhaitent qu'un atelier pratique soit organisé à l'attention des ONG et portant comme objectif : comment définir une politique et un programme de communication pour le développement ?

LA REPUBLIQUE
DE
GUINEE
CONAKRY

**"L'ANAPHALBETE DOIT REMPLACER LE
VULGARISATEUR AGRICOLE DANS LA
COMMUNICATION ET LE TRANSFERT DES
CONNAISSANCES"
c'est le but visé par AGEED**

A - IDENTIFICATION

Nom : Association Guinéenne de l'Enseignement et de l'Education pour le Développement (AGEED)

Adresse : BP : 187 - Conakry - Rép. de GUINEE
Tél. : (224) 44.37.62 - bureau
Siège social : Conakry
Date de création : le 27 juin 1989 par arrêté
n° 5422/MID/SED/CAB/87
Appartenance : laïque

Localisation : national avec une antenne dans chaque préfecture soit 36 au total pour les 4 régions naturelles du Pays. Ces antennes préfectorales touchent les villages.

B - ORGANISATION

Responsables : Messieurs Abdrouhamane CONDE et BANGOURA Mohamed lamine

Secteurs d'intervention : Education

Objectif global : soutenir et accroître l'action du Gouvernement guinéen pour réduire le taux d'analphabétisme actuel qui est de 72 % et améliorer les conditions de vie de la communauté rurale.

Objectifs spécifiques : ouverture progressive des centres d'alphabétisation en fonction des réalités, des besoins et surtout du degré de motivation du milieu.

C - GROUPE CIBLE

Nombre total de membres : 1.500

Nombre total de femmes : 450 de 25 à 50 ans
Nombre total d'hommes : 750 de 30 à 50 ans
Nombre total de jeunes : 300 de 16 à 30 ans
Niveau d'instruction : lettrés et analphabètes

Stratégie utilisée :

Stratégie participative avec l'implantation progressive des centres en fonction du degré de réussite et de la motivation du public-cible.

D - Projets ou activités réalisés :

- séminaire de formation de 30 cadres sur les techniques d'élaboration du matériel didactique (1987) ;
- alphabétisation de 1.500 auditeurs(ces) en milieu rural ;
- séminaire de formation de 60 bibliothécaires - nov. 1989 ;
- élaboration de 2.000 livrets de post-alphabétisation.

E - Moyens mis en oeuvre

- humains (expertise et nombre) : 144 membres
- matériels : très insuffisant
- répartition budgétaire/activité : donnée non disponible

F - Partenaires impliqués

Locaux :

- Ministère de l'Enseignement pré-universitaire et de la Formation Professionnelle,
- Ministère du Développement Rural,
- Ministère de la Santé,
- Ministère de l'Education.

Institutions :

- la Ligue Française
- l'UNICEF
- Service National d'Alphabétisation

G - Contraintes

- insuffisance de moyens financiers pour la formation des formateurs ;
- insuffisance de matériel didactique approprié ;
- insuffisance de moyens de reprographie et accessoires.

H - Atouts

La volonté des membres ainsi que des partenaires est confirmée.

Les Communautés adhèrent et font des activités de l'ONG leur propriété.

Les formations des analphabètes sont capitalisées et rentabilisées au niveau des villages, car il n'est pas rare de voir des néo-analphabètes devenir des accoucheuses traditionnelles, des trésoriers au sein des groupements agricoles villageoises, etc...

Enfin, les évaluations de post-alphabétisation ont révélé un fort taux de couverture vaccinale, une meilleure gestion de l'environnement et enfin la réduction des grossesses précoces et non désirées.

I - Perspectives

- extension des centres de post-alphabétisation
- création des centres de reprographie au niveau des 4 régions naturelles
- conception et élaboration des livrets de base et de post-alphabétisation
- création de bibliothèques villageoises
- formation et perfectionnement des animateurs en technique d'alphabétisation et de post-alphabétisation.

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : A.G.E.E.D.

Processus et stratégies de communication utilisés

Processus :

- étude de faisabilité par le biais d'une méthode participative en vue de recenser les problèmes et les besoins des communautés partenaires au développement ;
- aider les populations à hiérarchiser les problèmes ;
- l'ONG identifie les éléments de motivation et élabore avec les populations les outils de sensibilisation et de mobilisation communautaire ;
- le programme est conçu avec le concours des bénéficiaires, les messages et le matériel sont testés avant d'être utilisés ou mis à consommation ;
- une fois par trimestre une évaluation formative est faite pour mesurer l'impact du programme sur les auditeurs mais aussi sur la communauté.

Lieu : dans les villages et bibliothèques.

Canaux : affiches, livrets didactiques, l'alphabétisation, démonstrations, les commentaires verbaux, vidéo-cassettes.

Réseaux : sages ou leaders d'opinions, animateurs de villages et les représentants de AGEED au niveau préfectoral.

Supports : écrits, sonores, audio-visuel et oral.

Facteurs de motivation : valoriser les néo-alphabètes en leur confiant des responsabilités au niveau du village.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

L'animateur AGEED est issu du milieu, il est reconnu comme étant le meneur social et un fin psychologue qui dispose de toutes les informations relatives à la vie du village. C'est un personnage incontournable et un partenaire privilégié de tous les intervenants au niveau du village. Il est crédible parce qu'il inspire confiance. Il en est de même pour les sages : leurs conseils et instructions sont respectés et appliqués par les populations.

Permanence de la communication :

Les animateurs étant du village, ils ne font que transmettre aux différentes générations les techniques et méthodologies de la communication participative. Leurs actions ont un effet multiplicateur dans le temps et dans l'espace.

Accessibilité :

Les personnes-ressources étant disponibles et les canaux utilisés étant à la portée de l'ONG, nous pensons que la population est en mesure de posséder la communication dès que le besoin se fait sentir. Cependant l'ONG gagnerait à s'investir sur les canaux traditionnels existants.

Degré de participation des communautés :

La population est impliquée dès la phase de l'analyse des problèmes, à celles de la planification, exécution suivi et contrôle. La communauté bénéficie d'un double statut : acteur et bénéficiaire de son propre développement.

RECOMMANDATION

Nous recommandons vivement la participation de l'ONG AGEED à la réunion régionale de OUAGADOUGOU pour les raisons suivantes :

1) l'ONG AGEED est l'une des rares ONG à avoir bien ciblé son champ d'action et son mode de communication. Il s'agit de la communication participative en éducation pour le développement ;

2) nous nous réjouissons de la concordance des objectifs fixés et les canaux de communication utilisés pour résoudre les problèmes de départ. Cela est facilité par le fait qu'AGEED dispose d'une stratégie de communication rigoureusement élaborée et mise en oeuvre par les différents partenaires sectoriels ;

3) l'AGEED perçoit la communication non pas comme un élément isolé mais un réel soubassement de tout programme de développement quelque soit le secteur considéré, c'est pourquoi il privilégie l'intersectorialité qui exige des groupes de partenaires pluridisciplinaires ;

4) ce qui est encore édifiant dans le programme AGEED, c'est qu'il valorise un certain nombre de principes clés auxquels les communautés sont attachées. Il s'agit de :

- la motivation et la mise en confiance des auditeurs par le biais de la sensibilisation et de l'animation. Vient ensuite l'apprentissage des connaissances à travers l'alphabétisation. Ainsi le néo-alphabète change la perception qu'il se fait de lui-même, développe sa capacité d'analyse, de critique et d'auto-critique, il devient véritablement conscient des engagements qu'il prend et choisit ses décisions avec clairvoyance. C'est ainsi qu'il change ses attitudes et son comportement face à certains événements de sa vie et de ses pairs. Voilà l'essence même de la communication éducative pour le développement entreprise par AGEED, et c'est à juste titre que nous l'invitons à cette réunion d'échanges entre ONG à OUAGADOUGOU.

A - IDENTIFICATION

Nom : Association Guinéenne l'Enfant pour l'Enfant (AG/EPE)

Adresse : s/c "Les Ecoles Hawa Diodj"

Kipé - Commune RATOMA

CONAKRY - Rép. de GUINEE

Siège : Conakry

Date de création : Mars 1992 et agréée en mai 1992

Appartenance : Laïque

Localisation : Conakry mais en voie de décentralisation aux niveaux régional et préfectoral.

B - Organisation

Responsable : Madame Diarra Mariam Baïlo DIALLO

Secteur d'intervention : Education

Objectif global :

- informer et sensibiliser l'opinion nationale sur la situation de l'enfant guinéen, les impératifs de son encadrement pour le soustraire au danger d'une vie dissolue.

Objectifs spécifiques :

- procéder à l'éducation pour la santé et pour l'environnement des enfants des écoles primaires privées ;

- améliorer l'hygiène du milieu scolaire et familial

- contribuer à l'accroissement du taux de couverture vaccinale et les moyens de protection de l'enfant.

C - Groupes cibles :

- les élèves, leurs familles et les responsables des quartiers lettrés et analphabètes.

Stratégies et moyens utilisés :

- compte tenu de la faiblesse des moyens, l'ONG procède par des entretiens directs avec les leaders d'opinion, les responsables pour les sensibiliser sur les prestations de santé et d'éducation d'intérêt public/communautaire.
- les élèves, les maîtres, les responsables sont les moyens utilisés.
- les fiches techniques, les matériels didactiques, les pièces de théâtre, les affiches, etc...

D - Projets ou activités réalisés

- information, animation, éducation des élèves en vue d'une large diffusion des messages de santé, d'hygiène, d'éducation sexuelle et de protection des filles contre les MST, SIDA, de protection des enfants, de développement de l'environnement, d'hygiène du milieu scolaire et de l'environnement familial.

E - Moyens mis en oeuvre

- humains (expertise et nombre) : 12 membres du bureau + nombreux cadres membres de l'ONG
- matériel : 1 véhicule personnel

F - Partenaires impliqués :

Locaux : responsables du quartier Kipé-Iman - Doyen des sages

Gouvernementaux :

- Ministère de l'Enseignement pré-universitaire,
- Direction Nationale de l'Enseignement Elementaire,
- Direction Nationale de l'Enseignement privé

Institutions : UNICEF

Autres :

- ONG : Plan Guinée, AGEED, Coordination des ONG féminines, terre des Hommes.

G - Contraintes :

- budget très limité

- difficultés de pénétrer l'intimité des familles pour aborder certains thèmes spécifiques : l'assainissement, l'éducation sexuelle, le MST, SIDA, etc...

E - Atouts :

- l'ONG dispose d'une grande connaissance de la psychologie des groupes et s'en sert pour faire changer les comportements au niveau des populations ;

- on note une grande disponibilité des élèves, des notables, des autorités religieuses et des maîtres.

I - Perspectives :

- étendre l'éducation pour la santé et sexuelle dans les centres féminins d'alphabétisation des femmes et dans les centres MAFA (école de la seconde CHANCE : jeunes filles de 10 à 16 ans).

- éducation pour l'hygiène,

- réalisation d'activités génératrices de revenus.

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : Association Guinéenne Enfant pour l'Enfant

Processus et stratégies de communication utilisés :

Processus :

- enquête préliminaire pour recenser les problèmes spécifiques relatifs à la santé et à l'environnement.

A partir des résultats de l'enquête, certaines activités sont retenues et introduites dans le programme d'enseignement.

Lieux : l'école et les familles

Canaux :

Bouche à oreille ; l'enseignement, visites à domicile, démonstration, communiqués radio, notes circulaires aux chefs de quartiers, plaisanteries et causeries informelles en petits groupes.

Réseaux :

Membres de l'ONG, les élèves, les enseignants, les chefs de quartiers.

Supports :

- écrits, images, audio-visuels, les scenettes.

Facteurs de motivation :

- félicitations de parents, des enseignants.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

L'ONG est intégrée à l'école qui en abrite le siège. Les activités de communication permettent aux élèves de mieux assimiler les cours théoriques.

Les actions de sensibilisation et d'éducation menées par les élèves auprès de leurs familles reflètent les problèmes du milieu et les solutions suggérées sont à la portée de tous.

Permanence de la communication :

Tant que l'école ne changera pas sa philosophie et que les parents seront toujours partie prenante, les élèves en tant que personnes-relais joueront leur rôle de communicateurs.

Accessibilité :

Le moyens, canaux, réseaux et supports utilisés sont peu coûteux, la plupart gratuits. C'est une stratégie qui peut toucher un grand public, car les enfants, on en trouve partout. De plus la parole de l'enfant reçoit souvent un écho favorable lorsqu'il est compris comme étant sa participation à l'amélioration du cadre de vie familiale.

Degré de participation des communautés :

Les parents aident les enfants dans les travaux d'assainissement du milieu. Certains changements au niveau de l'hygiène corporel, alimentaire et vestimentaire ont été enregistrés au sein des familles par les chefs de quartiers lors de leurs visites périodiques.

RECOMMANDATIONS :

1) L'Association Guinéenne Enfant pour l'Enfant est une ONG très jeune, mais comme disait CORNEILLE dans le CID *"aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années"*. En effet, malgré le jeune âge de l'AGEpE, elle a le mérite d'ouvrir l'école à la vie en introduisant dans le programme d'enseignement des thèmes qui touchent la vie concrète des enfants et de leurs familles. En outre, un effort de recherche de méthodes actives est fait afin de rendre les cours plus vivants et plus stimulants.

2) Un autre atout de l'ONG concerne les tentatives de lier le système d'éducation formelle au non formelle. Une telle approche offre à l'enseignement de base une autre dimension dont on en parle dans les discours, mais dans les faits, peu de personnes ont le courage de l'engager.

3) S'il est vrai que la communication est avant tout un fait culturel, alors l'AGEpE a eu raison d'inculquer le processus dès le jeune âge des enfants, car c'est le meilleur moyen de changer les mentalités et d'obtenir demain des changements qualitatifs dans la société.

4) Enfin, il faut reconnaître que l'AGEpE fait des efforts pour se servir de la communication participative comme appui à l'acte éducatif, cependant, elle a besoin d'échanger avec d'autres ONG pour construire sa politique en la matière et enrichir ses canaux et supports de communication, sans oublier le mécanisme de suivi et d'évaluation à mettre en place.

Au vu de ces différentes raisons ci-dessus exposées, nous recommandons la participation de l'Association Guinéenne de l'Enfant pour l'Enfant à la réunion régionale de OUAGADOUGOU.

A - IDENTIFICATION

Nom : Association des Professionnelles Africaines de la Communication -
Section GUINEE (APAC)

Adresse : BP : 391 - CONAKRY - GUINEE
Tél. : (224) 44.22.05
Siège : Conakry
Date de création : 1988
Appartenance : Laïque
Localisation : niveau central c'est-à-dire Conakry, pas d'antennes
ou autres structures de relais aux niveaux préfectoral et village.

B - ORGANISATION

Présidente : Madame Madina BAH
Madame Saran TOURE : secrétaire générale
Madame Kaba Madeleine MOKA : Trésorière

Objectif global :

- refléter dans les médias l'image réelle de la femme dans le développement ;
- promouvoir l'intégration des femmes dans le développement ;
- accroître le nombre de femmes formées en communication et rehausser la qualité de leurs prestations pour les rendre plus compétitives dans le cadre de la lutte contre les disparités surtout celles liées au genre.

C - GROUPES CIBLES

Toute la population guinéenne mais surtout les femmes urbaines ou rurales, lettrées ou analphabètes.

D - PROJETS OU ACTIVITES REALISEES

- organisation de séminaires et ateliers pour l'information et la formation afin de mettre en pratique les programmes d'actions dans les différents secteurs ;
- formulation et diffusion des messages ;
- réalisation d'émissions spécialisées en langue française et dans les quatre langues nationales principales du Pays ;
- participation à plusieurs réunions ou séminaires nationaux ou internationaux ;
- développement d'un partenariat avec les autres ONG (prestation gratuite des services).

E - MOYENS MIS EN OEUVRE

Humains : (expertise et nombre) : 40
 Matériels : (prêt des appareils de l'Etat)
 Budget : cōtisations des membres

F - PARTENAIRES

Ministères : Communication, Santé et Affaires Sociales, Education, Planification

Institutions : UNESCO, UNICEF, FNUAP, CARE INTERNATIONAL

G - CONTRAINTES

- moyens financiers très limités ;
- non disponibilité des membres ;
- difficultés de respect de la coordination des activités

H - ATOUTS

- très bonne collaboration avec le Ministère de la Communication et le COFG ;
- maîtrise des médias parce que tous les membres sont formés.

I - PERSPECTIVES

- organisation d'un séminaire avec l'UNESCO en fin d'année 94 sur le thème : "FEMME ET DEMOCRATIE" ;
- participation active à la Conférence Mondiale des femmes à BEIJING ;
- organisation d'un battage médiatique afin de faire prendre conscience aux femmes de l'importance des enjeux de BEIJING ;
- installer au niveau des préfectures et villages des cellules APAC en utilisant des structures de la radio rurale et des ONG féminines.

SYNTHESE DES RESULTATS DE L'INTERVIEW

Nom de l'ONG : APAC

Processus et stratégie de communication utilisés

Processus :

Identification des besoins à partir d'observation personnelle, d'enquête, sondage informelle afin de dégager la tendance, reportage, choix du groupe cible, analyse causale, choix des canaux, messages et supports.

Lieux : quartiers périphériques de Conakry, un lieu central comme la RTG.

Canaux :

La radio, la télévision, la presse écrite, la communication inter-personnelle et inter-groupe, les séminaires, les conférences-débats, l'utilisation de la langue française et les principales langues nationales.

Réseaux :

Les groupements de femmes, les ondes.

Supports :

sonore, écrit, audio-visuel.

Facteurs de motivation :

L'APAC est connu par le guinéen à cause de ses émissions. Ainsi elle est souvent sollicitée pour apporter son expertise dans les activités des ONG soeurs ou d'organismes étatiques et internationaux.

L'APAC bénéficie d'un appui solide du Ministère de la Communication et entretient de bons rapports avec ses partenaires.

CRITERES D'IMPACT DE LA COMMUNICATION POUR LE DEVELOPPEMENT

Crédibilité :

L'APAC bénéficie d'une grande crédibilité aux yeux du public, parce que ce sont des femmes professionnelles. En outre, leur statut de femmes leur confère une certaine autorité dans l'exercice de leurs fonctions. Enfin, leur formation de communicatrice les met à l'aise dans ce domaine.

Permanence de la communication :

Pour le milieu urbain, le problème ne se pose pas car les canaux sont disponibles, mais c'est l'aspect retro-information qui fait défaut.

Accessibilité :

Les canaux et supports utilisés ne sont pas à la portée des femmes analphabètes qui constituent le gros lot. En outre, l'APAC ne dispose pas de moyens pour évaluer le taux d'écoute et l'impact de ses activités sur la population cible.

Degré de participation de la communauté :

Bien que ce soit des canaux de communication assez coûteux, il faut quand même reconnaître qu'ils touchent un grand public urbain et cela grâce au concours de la radio rurale (structure étatique), et peuvent en retour réagir face aux messages qu'ils reçoivent. L'idéal aurait été que l'ONG APAC soit représentée au niveau préfectoral et village.

RECOMMANDATION

Au cours de notre mission, nous avons tenu à rencontrer l'ONG dénommée "ASSOCIATION DES PROFESSIONNELLES AFRICAINES DE LA COMMUNICATION - APAC" représentée dans dix huit (18) pays africains francophones.

La section guinéenne joue un rôle très important dans le domaine de la communication, car elle est le trait d'union entre la Radio/Télévision guinéenne et la coordination des ONG féminines en GUINEE.

Lorsqu'il s'agit de rechercher les causes profondes de certains problèmes liés aux femmes, de les analyser et de réaliser des activités de communication, l'APAC est habilitée de par ses compétences et de la disponibilité de certains de ses membres à accomplir cette mission.

S'agissant de son rayon d'action, l'APAC utilise les structures décentralisées de la coordination des vingt (20) ONG féminines (COFG) pour viser un meilleur impact sur les différents groupes cibles.

Cependant, un gros effort reste à faire quant à la diversification de ses canaux et à la formation d'animatrices de communication à la base.

La présence de l'APAC à Ouagadougou permettra de renforcer la collaboration avec la COFG sur la question de communication.

OBSERVATION :

La COFG regroupe une vingtaine d'ONG féminines, c'est la plus grande structure féminine en GUINEE, elle est de ce fait incontournable, si nous voulons toucher le maximum de femmes urbaines ou rurales, lettrées ou illettrées. Cette structure est fortement soutenue sur le plan politique par le Gouvernement en place et sur le plan financier, par certains bailleurs de fonds comme l'Ambassade du CANADA, l'USAID, l'UNICEF et dans un proche avenir la BANQUE MONDIALE et la BAD et l'UNIFEM. Il est donc nécessaire de l'associer à cette réflexion sur la communication.

A - IDENTIFICATION

Nom : COORDINATION DES ONG FEMININES EN GUINEE (COFG)

Adresse : BP : 2176 - CONAKRY - Rép. du GUINEE

Tél. : (224) 44.32.15

Télex : 22137 PSI GE

Siège : Conakry

Date de création : 12 novembre 1992

Appartenance : laïque

Localisation : nationale avec des antennes dans les 4 régions naturelles

B - ORGANISATION

Responsable : Madame Saran DARABA - Présidente

Madame Saran TOURE - Secrétaire Générale

La présidente étant absente, c'est Mme Saran TOURE qui a été interviewée au nom de la Coordination des 20 ONG féminines

Secteurs d'intervention :

Santé, éducation, environnement, recherche, économie, agriculture, technologie appropriée, développement, communication, etc...

OBJECTIFS GLOBAUX :

- créer un cadre permanent de concertation entre ONG membres afin d'harmoniser leurs actions et leurs secteurs d'intervention ;
- aider ses membres à se doter de structures viables et opérationnelles ;
- mettre à la disposition de ses adhérentes des appuis techniques, matériels et financiers qui leur permettent de gérer leurs projets.

C - GROUPE CIBLES

ASFEGUI, ASFEGMASSI, APAC, AGFC, AFGRED, AANG, AFEG, GFAG, SIDALERTE, AGIF, GIFAD GUINEE, AGRETO, AGUIFAC, AFCNSS, LGS, AFI, ACAC, ADDF, AFJ, UARG.

Ces 20 ONG féminines touchent des milliers de femmes des zones rurales ou urbaines.

STRATEGIES UTILISEES

- n'intervenir que si les projets ont une assise communautaire ;
- privilégier le volet IEC avant la mise en place du projet ;
- utiliser les personnes ressources du milieu en les formant.

D - PROJETS ET ACTIVITES REALISES

- table ronde sur la contraception chirurgicale volontaire et autres formes de contraception ;
- élaboration avec l'UNICEF d'un projet de micro formation et de vulgarisation de la Convention sur les Droits de l'Enfant ;
- Journée de réflexion sur les droits d'égalité de la femme ;
- séminaire atelier à LABE sur "Participation de la Femme au développement et à la planification familiale" organisée par AGBEF ;
- participation active aux activités préparatoires aux Conférences régionale et mondiale des femmes ;
- formation de 4 membres de la COFG aux Etats-Unis sur la recherche institutionnelle ;
- formation de 2 membres à Abidjan sur la management ;
- participation à un séminaire sur DEMOCRATIE dans les ONG africaines et les Droits de l'Homme.

E - MOYENS MIS EN OEUVRE

Ressources humaines : donnée non disponible

Matériel : bâtiment, mobilier, équipement pour le secrétariat

Budget global pour l'année 93 : 34.000 \$ canadiens donnés par l'Ambassade du Canada.

F - PARTENAIRES

Ministères : Communication, Santé et Affaires Sociales, Intérieur et Sécurité, Secrétariat d'Etat aux Affaires Sociales, Enseignement pré-universitaire.

Institutions : CECI, UNICEF, USAID, UNIFEM, BANQUE MONDIALE, BANQUE AFRICAINE POUR LE DEVELOPPEMENT

Local : Les ONG féminines et la CENAFOD

Autres : Ambassade du CANADA et ONG Internationales comme le PSI, PRIDE.

CONTRAINTES :

- la mauvaise gestion du temps par rapport à la planification des activités;
- la disparité des niveaux d'instruction des membres des différentes ONG de la COFG ;
- l'insuffisance des moyens financiers ;
- la baisse de motivation de certains membres de la Coordination se traduisant par le non respect des engagements pris avec les partenaires.

H - ATOUTS

- Les ressources humaines sont disponibles ;
- le soutien des autorités publiques et l'appui financier des bailleurs de fonds sont également disponibles ;
- la COFG est une structure puissante pour la mobilisation ds femmes surtout dans le domaine de l'IEC.

I - PERSPECTIVES

- renforcer le partenariat avec l'APAC en vue de consolider le programme communication au sein de la COFG ;
- former des femmes communicatrices au niveau village ;
- créer et équiper les centres d'écoute par des moyens audio-visuels simples à manipuler par les animatrices villageoise.

RECOMMANDATION POUR LA PARTICIPATION DE CERTAINES INSTITUTIONS INTERNATIONALES

Au BENIN :

Nous avons trouvé que la Direction Générale de l'Hydraulique du Ministère de l'Hydraulique pilote conjointement avec la Banque Mondiale, un programme dénommé "LA NOUVELLE STRATEGIE". La gestion revient aux ONG sélectionnées par la Banque Mondiale sur la base d'un certain nombre de critères, dont le plus important est la communication participative des communautés bénéficiaires.

Il serait judicieux d'exploiter ces structures en place pour viser un meilleur impact des interventions. En outre, nous conseillons fortement une complémentarité des ressources tant humaines que financières dans la mise en place d'un tel programme où le partenariat Communauté-Etat et bailleurs de fonds sera le plus efficace. Pour faciliter une meilleure coordination du futur programme communication pour le développement, il faudrait que le CRDI recherche des partenaires privilégiés comme la Banque Mondiale qui dispose sans doute de moyens financiers importants, mais peut manquer de compétences réelles en matière de techniques de communication pour le développement, alors que le CRDI en est une référence sûre.

C'est pourquoi, nous recommandons fortement la participation du Coordonnateur National du Programme en la personne de Monsieur AGLI Evariste à cette réunion régionale de OUAGADOUGOU.

En GUINEE :

Il serait souhaitable que le CRDI s'appuie sur les ressources humaines du Département de la Communication-Information du Bureau UNICEF CONAKRY pour les raisons suivantes :

- l'UNICEF dispose et expérimente un plan de communication intégré dans tous les projets retenus par lui.

- l'UNICEF a soutenu techniquement et financièrement sur toute l'étendue du Territoire national le système de communication participative par le canal de la Radio rurale, avec laquelle toutes les structures étatiques et non gouvernementales s'appuient pour diffuser et recevoir le feed-back des communautés bénéficiaires des projets. Tout programme de communication pour le développement doit absolument compter avec ce canal, qu'est la radio rurale.

- l'OMS, avec le concours de l'UNICEF, et le Ministère de la Santé ont élaboré une politique nationale de communication en matière de santé. Ce document est dans sa phase de finalisation et sera bientôt soumis en Conseil de Ministres pour adoption et application.

- Enfin, l'UNICEF dispose de moyens financiers et de matériels nécessaires dans ce domaine que les autres Institutions n'ont pas. C'est ainsi que même pour certaines recherches actions en matière de communication à la base, il est possible de négocier leur financement avec l'UNICEF.

Tous ces atouts dénotent une grande possibilité de collaborer avec l'UNICEF.

QUATRIEME
PARTIE :

SUGGESTIONS
SUR LE
COLLOQUE DE
OUAGADOUGOU

QUATRIEME PARTIE : QUELQUES SUGGESTIONS SUR LE COLLOQUE DE OUAGADOUGOU

I - Thèmes proposés pour le contenu :

1.1. Définitions du concept Communication Participative pour le Développement

1.2. Quelle politique de communication pour le Développement en Afrique ?

1.3. Les besoins en formation des responsables d'ONG

1.4. Où trouver et comment faire pour obtenir des financements pour un programme en Communication pour le Développement ?

1.5. Quelle méthodologie de recherche-action en communication participative pour les "paysans-chercheurs" ?

1.6. Quelles sont les nouvelles stratégies et technologies en matière de communication participative en milieu rural ?

II - Organisation du Colloque

2.1. Avant le Colloque

* demander aux ONG retenues de produire un document synthétique sur l'expérience de communication participative menées dans leur pays.

* le CRDI en fait la synthèse des expériences dans les 9 pays et évalue le niveau d'avancement des activités de communication, les points forts, faibles et dégage les orientations futures.

* confier la charge de certains exposés à des responsables d'ONG retenues pour le Colloque

* prévoir des séances de visionnement de cassettes vidéo disponibles auprès de certaines ONG

III - Attentes des ONG

- * esquisse d'un plan d'action par pays
- * mise sur pied d'un comité de suivi des recommandations du Colloque
- * esquisse d'un réseau sous-régional des ONG en communication participative
- * recherche-action sur les techniques et moyens de valorisation des canaux de communication traditionnelle
- * renforcement des capacités des ONG en moyens logistiques (équipements audio-visuel) afin d'améliorer l'impact des interventions en IEC des grands groupes.

PROJET DE PROGRAMME DU COLLOQUE

1ère journée :

08H à 10H : cérémonie d'ouverture

définition du concept de communication participative (CRDI + 1
personne-ressource)

point des expériences par pays (CRDI)

Pause-café

10H15 à 13H : définition des grandes lignes d'une politique de
communication participative (travaux en atelier)

15H à 17H : mise en commun des résultats

Pause

17H15 à 19H30 : projection de cassettes-vidéo ou exercice de
communication participative animé par une ONG du pays hôte

2ème journée :

08H à 10H : définition des grandes lignes d'une politique de communication
participative (travaux en atelier)

Pause-café

10H15 à 13H : définition des grandes lignes d'une politique de
communication participative (travaux en atelier)

15H à 17H : mise en commun

3ème journée :

08H à 10H - Exposé-débats sur la formation et les sources de financement (séance plénière)

Pause-café

10H15 à 13H - Parole aux participants (évaluation finale)

Pause

15H15 à 16 H : - clôture

CINQUIEME
PARTIE :

CONCLUSION
ET
REFLEXIONS
PERSONNELLES

CINQUIEME PARTIE : CONCLUSION ET REFLEXIONS PERSONNELLES

Nous venons de rendre compte des résultats d'une mission de consultation sur l'identification d'ONG utilisant la communication comme stratégie de développement.

Durant la mission, nous avons pu rencontrer et interviewer quinze (15) ONG nationales dans les trois pays concernés. Cependant le nombre n'est pas équilibré et varie selon les pays. L'explication qu'on est en droit de fournir est qu'en COTE D'IVOIRE, les contacts ont été difficiles à cause d'une part des changements d'adresse des ONG et d'autre part de la grande mobilité des membres. De toutes les façons, nous avons délibérément opté pour la qualité, c'est-à-dire l'approfondissement des discussions avec les ONG au détriment de la quantité.

C'est dans ce même souci d'efficacité et de rentabilité que sur la quinzaine d'ONG interviewées, seulement onze (11) sont proposées pour être invitées à la réunion régionale de OUAGADOUGOU.

En outre, il faut signaler que le hasard a si bien concilié le choix et les objectifs du programme, que nous nous retrouvons avec un choix d'ONG de plusieurs secteurs :

- 3 santé
- 2 éducation
- 2 environnement
- 1 communication
- 3 autres.

Un tel choix permet d'avoir une vue d'ensemble des différents modes de communication pour le développement selon le secteur d'intervention.

Il faut souligner sans embage que la quasi totalité des ONG interviewées comportent au sein de leurs projets des activités IEC parfois rigoureusement planifiées, parfois mal cernées. Pour certaines ONG, la confusion règne encore sur le concept de communication participative et pour d'autres c'est plutôt l'absence d'une politique claire en matière de communication. Enfin, il faut admettre que les ONG retenues sont à des niveaux différents en ce qui concerne le problème de communication pour le développement.

C'est pourquoi, il s'avère nécessaire de faire le point sur l'existant afin d'identifier les insuffisances, de lever les contradictions et de proposer des réorientations ou des renforcements dans certains domaines.

Ce point nous paraît capital, car il est le point de départ d'un véritable programme de communication qu'il soit national ou régional.

Aussi, un détail non moins important est la diversité des canaux et des supports utilisés. En effet, les canaux et les supports changent selon la nature et l'envergure de l'ONG, si c'est une ONG locale, les canaux sont de type traditionnel par contre si c'est une ONG nationale, il y a combinaison des canaux traditionnels et modernes. Mais une fois encore, il faut le dire avec force, qu'il existe peu d'enquêtes quantitatives et qualitatives visant à mieux comprendre les pratiques des populations et ses modes privilégiés de communication. Les approches sociologiques et anthropologiques devraient être préconisées. C'est peut-être un des moyens de mettre à contribution les étudiants des universités africaines dans ce domaine de recherche appliquée au développement.

Enfin, nous ne saurions terminer notre rapport sans évoquer ne serait-ce que brièvement la situation cahotique des ONG. A travers la documentation et des discussions que nous avons eues avec ces dernières, elles nous apparaissent comme des structures sans pouvoir, du fait qu'elles ne sont pas réellement prises en compte dans les programmes de planification pour le développement des Etats. Ainsi, elles assistent impuissantes à la réduction de leurs activités par manque de moyens financiers et matériels.

Les bailleurs de fonds également exigent des conditions auxquelles les jeunes ONG ne peuvent satisfaire.

Dans l'une ou l'autre situation, elles sont vouées à un laxisme conduisant progressivement à leur disparition. C'est pourquoi, il s'avère nécessaire avant le lancement de tout programme, d'aider certaines ONG à se restructurer, à se revitaliser sur le plan tant des ressources humaines que matérielles et financières.

Enfin, nous exprimons un regret dû au fait que le programme de la mission n'a pas permis de compléter les interviews par des visites de terrain. cela nous aurait permis d'identifier les freins ou les limites de certains canaux ou réseaux de communication. En outre, nous aurions eu la possibilité de recueillir le point de vue, les critiques et suggestions des bénéficiaires des projets. Fort de cela, nous considérons que la mission présente constitue une étape préliminaire qui se veut participative et qui doit être nécessairement compléter par des échanges entre les communicateurs de terrain, les ONG et les partenaires financiers et techniques dans chaque pays.

Le CRDI peut solliciter la collaboration de certaines institutions sur place telles que l'UNICEF, l'OMS, la FAO, le PNUD, l'UNESCO dans une telle entreprise.

Pour conclure, nous affirmons que s'il est vrai que les programmes doivent bénéficier d'une stratégie de communication pour le développement des pays, il ne faut pas oublier et surtout négliger que les Chefs d'Etat africains ont besoin également d'un plan de communication participative pour opérer des choix conséquents, opter pour des gestions rationnelles des ressources de l'AFRIQUE en vue d'un avenir radieux et certain pour le continent.

ANNEXES

ANNEXE 1

LISTE DES ONG INTERVIEWEES

PAYS	ONG RETENUES	ONG NON RETENUES
BENIN	survie	
"	* A P F P F	Bénin Nature
"	* A P F E M	GERCOOP
"	A S E D	Cultubase
"	C I R A P I P	
COTE D'IVOIRE	B I C E	Radio Espoir
"	* A F A F S I	
GUINEE	* A G E p E	
CONAKRY	* A G E E D	
	* A P A C GUINEE	
	* C O F G	

OBSERVATION : Des 11 ONG recommandées au CRDI pour leur participation à la réunion régionale de OUAGADOUGOU, on dénombre 6 qui sont représentées par des femmes contre 5 hommes.

LISTE DES ONG RECOMMANDEES POUR LA REUNION DE OUAGADOUGOU

Nom de l'ONG	Adresse complète
Survie de la Mère et de l'Enfant	M. Bernard GNANTONNOU Secrétaire Général de l'ONG SURVIE BP 116 - Imm. du CSD - Dassa-Zoumé Tél. (229) 53 00 66 - Rép. du Bénin
CIRAPIP	Monsieur Patrice C. GNACADJA Secrétaire Exécutif de l'ONG CIRAPIP BP 03 - 0314 - Cotonou - Rép. du Bénin Tél-Fax : bureau (229) 32 16 10
AFPF	Mme Agathe OKOUNDE Présidente de l'AFPF BP : 77 - Dassa Zoumé - Rép. du Bénin Tél. : (229) 53 01 15
APFEM	Mme Innocentia DJOGBENOU Présidente de l'APFEM BP 03-2010 - Cotonou Tél. : (229) 31 38 14 (laisser message) République du Bénin
ASED	Monsieur Coovi Paul DJOGBENOU Président de l'ASED BP 06 1269 - Cotonou - Rep. du Bénin
BICE	Père René FAURITE Directeur du BICE 01 BP 1721 - Abidjan - R.C.I. Tél. (225) 28 87 97 Fax : (225) 32 45 89
AFAFSI	Docteur Sangaré Kouassi AFFOUE Présidente de l'AFAFSI 01 BP 4237 - Abidjan 01 - RCI Tél. : (225) 43 20 12 - Dom. à partir de 20 heures

AGEpE	Mme Diarra Mariam Baïlo DIALLO s/c M. DIARRA Emmanuel UNICEF Conakry - GUINEE BP : 222 - Tél. : (224) 41 23 57/44 29 26
APAC	Mme KABA Madeleine BP : 391 - Conakry - GUINEE Tél. : (224) 44 22 05
COFG	Mme Saran TOURE Secrétaire Générale de la COFG BP : 2176 - Conakry - GUINEE Tél. : (224) 44 32 15
AGEED	M. BANGOURA Mohamed Lamine BP : 167 - Conakry - GUINEE Tél. : (224) 44 37 62
Représentant Bque Mond.	M. AGLI Evariste Coordonnateur Adjoint du Projet Assistance à la Mise en Oeuvre de la Nouvelle Stratégie - Financement IDA BP : 325 - Cotonou - Rép. du BENIN
UNICEF	M. Alimany BARRY Administrateur en communication UNICEF Conakry BP : 222 - Rép. du GUINEE Tél. : (224) 41 23 57/44 29 26 Fax : (224) 41 27 07

ANNEXE 2

GUIDE D'ENTRETIEN

I - QUESTION GENERALES

1) Quelle perception avez-vous en tant qu'ONG de la communication participative pour le développement ?

2) Comment la communication participative est perçue et vécue par la communauté concernée ?

3) Etes-vous parvenu en tant qu'ONG à identifier et à obtenir avec la communauté un consensus sur les besoins en matière de communication participative pour le développement dans votre zone d'intervention ?

Si oui, quels sont ces besoins ?

Si non, pourquoi ?

4) Quels sont les acquis en matière de communication participative existant dans le milieu avant l'implantation de votre projet ?

5) Quels sont les problèmes de communication pour le développement auxquels votre ONG voudrait résoudre ?

6) Quel est le but et la finalité de votre projet de communication ?

7) Quels sont les objectifs spécifiques et mesurables du projet en matière de communication pour le développement ?

II - QUESTIONS RELATIVES A LA PLANIFICATION/CONCEPTION

1) Votre ONG dispose t-elle d'une politique claire en matière de communication participative pour le développement ?

2) Si oui, comment vous vous y êtes pris ?

- Avez-vous réalisé un pré-test sur les connaissances et attitudes du groupe cible ?

Si oui, quelles sont les grandes conclusions ?

- Recherche approfondie sur les connaissances et attitudes du groupe cible afin d'identifier leurs lacunes et insuffisances et les domaines d'intervention.

- Existe-t-il des plans d'actions de votre projet ?

3) Quels sont les contenus de vos activités de communication pour le développement ?

- Comment sont-ils définis et avec qui ?

4) Avez-vous réalisé un inventaire des structures, moyens et réseaux de communication participative disponibles au sein de la communauté concernée ?

- Si oui, citez les plus importants.

5) Quelles sont les attributions du groupe cible dans cette phase de planification et de conception ?

6) Qui gère les structures et les moyens de communication participative dans le village ? Quel est le profil de ces personnes ?

III - QUESTIONS RELATIVES A LA MISE EN OEUVRE

1) Quelles sont les stratégies utilisées pour atteindre les objectifs ?

- humains/nombre/qualifications

2) Quels sont les moyens et canaux de communication participative disponibles : (traditionnel, moderne) qui sont utilisés dans votre programme ?

3) Quels sont les atouts et les limites de ce matériel ?

4) Quels sont les résultats obtenus par rapport à l'atteinte des objectifs fixés ?

5) Quelles sont les activités de communication participative retenues ?

IV - QUESTIONS RELATIVES AU SUIVI/CONTROLE/EVALUATION

1) Quels sont les mécanismes utilisés pour s'assurer de la participation effective du groupe cible au programme de communication pour le développement ?

- au niveau local,
- au niveau régional,
- au niveau central.

2) Avec quels outils ?

3) Par qui les outils sont-ils conçus ?

4) Le suivi et le contrôle sont faits à quelles fins ?

5) A quelle périodicité ?

6) Avec quelle méthodologie ?

7) Quels sont les points forts et faibles de ces aspects ?

8) Avez-vous réalisé une ou des évaluations formatives ?

Si oui, pourquoi ? comment ?

Résumé des résultats.

9) Avez-vous réalisé une post-évaluation ?

Si oui, quels en sont les résultats ?

10) Que faites-vous des résultats de ces évaluations ?

11) Quels sont les engagements du groupe cible dans ce processus de suivi/évaluation ?

V - L'IMPACT

1) Avez-vous identifié des indicateurs de mesure d'impact ?

Si oui, lesquels ?

2) Quels types d'impact avez-vous enregistré au niveau :

- de la politique d'intervention de l'ONG dans le milieu,
- du groupe cible dans les différents domaines (santé, éducation, environnement)
- de la communauté bénéficiaire.

3) Quels sont les facteurs favorables qui ont contribué aux changements de comportements, attitudes et aptitudes de la communauté bénéficiaire ?

4) Quels sont les facteurs défavorables qui ont contribué à la non atteinte des objectifs de votre programme de développement ?

VI - QUESTIONS RELATIVES A LA PERENNITE

1) En tant qu'ONG comment pouvez-vous assurer la pérennité de votre projet ?

VII - QUESTIONS RELATIVES A L'ORGANISATION DU COLLOQUE DE OUAGADOUGOU

1) Quelles sont vos suggestions sur le contenu par rapport à vos attentes ?

2) Souhaiteriez-vous collaborer avec d'autres institutions ?

Si oui, lesquelles, comment et sous quelle forme ?

3) Souhaiteriez-vous vous engager dans des recherches-actions ?

Si oui, dans quels domaines et pourquoi ?

- Disposez-vous des compétences et capacités humaines requises pour mener à bien ces recherches actives ?

ANNEXE 3

PROGRAMME DE LA MISSION

Date/pays	Activités	Observations
BENIN		
6/07/94	Départ de Lomé pour Cotonou	
7/07/94	Contact avec le bureau UNICEF Séance de travail avec Mme Cossi et mise à ma disposition des documents.	Personne-ressource pour pour nous fournir des in- formations et de la docu- mentation.
	Exploitation de la documentation	
	Entretien avec le Directeur de l'Institut supérieur panafricain d'Economie coopérative	Information sur les entre- prises coopératives vil- lageoises
	Exploitation des documents	
8/07/94	Séances de travail administra- tif - programme environnement et éducation à l'UNICEF	Personnes-ressources
	Séance de travail avec le Coor- donnateur National du Projet BM/ONG dans le domaine hy- draulique	Information sur les ONG identifiées par la Banque Mondiale
	Entretien avec le Directeur Gé- néral ONG suivie Entretien avec le Président ONG GEERCOOP	
9/07/94	Entretien avec ONG CIRAPIP Entretien avec le Président ONG Bénin Nature Entretien avec la Présidente ONG APFEM	

10/07/94 Visite de terrain des ONG
AFPF

Village Dassa Zoumé
situé à 400 km de Cotonou.
Il faut 06 heures de rou-
te pour aller-retour.

11/07/94 Séances de travail avec
les ONG Bénin Nature ;
Cultubase ASER

Cultubase est implantée
à Porto-novo

12/07/94 Retour à Lomé

Observation : pour des raisons familiales, j'ai dû interrompre la mission
de deux semaines.

COTE
D'IVOIRE

24/07/94 Départ de Lomé pour Abidjan

25/07/94 Contacts téléphoniques avec les
ONG

Beaucoup d'ONG ont
changé d'adresse - Dif-
ficultés pour obtenir
les bonnes adresses

26/07/94 Séance de travail avec M. le
Directeur Régional de l'UNICEF

Séance de travail avec l'ONG
Radio-Espoir

27/07/94 Séance de travail avec le BICE
" " " " l'ONG
AFAFSI

La séance n'a pas eu
lieu

GUINEE
CONAKRY

28/07/94 Départ d'Abidjan pour Conakry

29/07/94 Séance de travail avec l'ONG
AG/EpE

30/07/94 Exploitation de la documentation

31/07/94 Début de la rédaction du rapport

1/08/94 Séance de travail avec l'ONG AGEED
Séance de travail avec les responsables de la section information de l'UNICEF Conakry

2/08/94 Séance de travail avec APAC
Séance de travail avec COFG

COTE
D'IVOIRE

3/08/94 Départ de Conakry pour Abidjan

4/08/94 Séance de travail avec AFAFSI
Rédaction du rapport

5/08/94 Départ d'Abidjan pour Lomé

ANNEXE 4

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES

PAYS	NOM ET PRENOMS	TITRE ET ADRESSE COMPLETE
=====		
Bénin	Mme COSSI Andrée	Administrateur de Programme suivi et Evaluation - UNICEF COTONOU - Tél. :
	M. GUERRE	Administrateur de Programme Environnement/eau - assainissement UNICEF - COTONOU
	Mme ODILE	Administrateur de Programme Education UNICEF - COTONOU
	M. Abdou TOURE C	Directeur de l'Institut Supérieur Panafricain d'Economie Coopérative BP : 1236 - Tél. : 33 06 39 Fax : 33 15 06 - COTONOU
	M. AGLI Evariste	Coordonnateur adjoint du projet Assistance à la mise en oeuvre de la nouvelle stratégie - Financement IDA - Tél. : (229) 31 34 87/31 32 98 BP : 385 - COTONOU
	M. Bernard A. GNANTONNOU	Secrétaire Général de l'ONG suivie - BP : 116 - Imm. du CSD Dassa-Zoumé - Tél. : 53.00.66
	M. PANTALEON F. Xavier HUNGBO	Secrétaire Général de l'ONG GEERCOOP à la Direction de l'hydraulique - BP : 385 - Tél. : (229) 31 34 87/31 32 98

M. Patrice C. GNACADJA	Secrétaire Exécutif de l'ONG CIRAPIP et Coordonnateur des des activités ADF au Bénin O3 - BP 0314 - COTONOU 03 Bur Tél.-Fax : (229) 32 16 10
M. HINVI Toussaint	Président de l'Association Bénin Nature - BP : 06-1336 - COTONOU Tél. : 31 40 46 - Fax : 33 19 56 Télex : 5373 MIFOR
Mme Agathe OKOUNDE	Présidente de l'AEPF - BP : 77 Tél. : 53 01 15 - Dassa Zoumé Rép. du BENIN
Mme GUEDEGBE Innocentia	Présidente de APFEM Tél. 31 38 14 - BP : 03-2010 COTONOU Pour laisser un message
M. DJOGBENOU Coovi Paul	Président de l'ASED BP : 06 - 1269 - Cotonou 06 Tél. : (229) 33 13 19 33 06 62
M. CANDJODJO Hyppolyte	Secrétaire Général de la Cul- tubase - BP : 03 - 217 - Cotonou BP : 585 - Porto Novo Tél. : (229) 30 34 58/ 30 36 00
COTE D'IVOIRE M. Jean Baptiste KOADIO	Chargé du service de l'informa- tion à Radio-Espoir - 12 BP : 48 Abidjan 12 - R.C.I.
Père René FAURITE	Directeur du BICE 01 - BP : 172 - Abidjan 01 - RCI Tél. : (225) 28 87 07 Fax : (225) 32 45 89

Dr Sangaré
KOUASSI AFFOUE

Présidente de l'Association pour
les Femmes Africaines contre le
SIDA (AFAFSI)
01 - BP : 4237 - Abidjan 01
Tél. : (225) 32 45 89

GUINEE
CONAKRY

M. DIARRA Emmanuel

Administrateur de programme
Education de base - UNICEF
Conakry - BP : 222 -
Tél. : (224) 41 23 57

Mme DIARRA Mariam
BAILO Diallo

Présidente de l'ONG Guinéenne
Enfant pour l'Enfant

M. Almany BARRY

Administrateur en communication
UNICEF - Conakry

M. Justin MOREL

Administrateur en information
UNICEF - Conakry

Mme Kaba Madeleine
MAKA

Trésorière de l'APAC - journa-
liste - TV - BP : 391 - Conakry
Tél. : (224) 44 22 05

Mme Saran TOURE

Secrétaire Générale de la COFG
BP : 2176 - - CONAKRY
Tél. : (224) 44 32 15

M. BANGOURA

Secrétaire Général de l'AGEED
BP : 187 - CONAKRY
Tél. : (224) 44 37 62

M. Mohamed LAMINE

ANNEXE 5

DOCUMENTATION EXPLOITEE

TITRE DU DOCUMENT	Source de de référence	Observations
1. Statut de chaque ONG interviewée avec les rapports d'activités	ONG béninoise	
2. Rapport de l'Assemblée Générale Constitutive de la Fédération des ONG du Bénin du 20 au 21 février 1992 à Cotonou	ONG béninoise	
3. Rapport d'étude sur Femmes et Développement. Les structures d'Encadrement et de Promotion au Bénin en 1991 sur financemnt UNICEF	UNICEF COTONOU	
4. Rapport de Recherche sur les ONG par la SNV	UNICEF COTONOU	
5. Fiches de recensement des ONG par l'UNICEF en 1991	UNICEF COTONOU	
6. Liste des ONG recensées par le PNUD	UNICEF COTONOU	
7. Les ONG actives en COTE d'IVOIRE	PNUD	
Etude d'identification	Bureau des Services d'Appui aux Projets (BSP) - 01 - Abidjan 01 - RAF/87/001	Janv.fév. 91 FRAR
8. Etude d'identification des ONG en COTE d'IVOIRE	UNICEF Bureau COTE d'IVOIRE	Avril-Mai 93

- | | | |
|--|--|---|
| 9. Aperçu sur la Famille africaine | BICE Afrique | 1994-collec-
tion "Servir
l'enfant" |
| 10. Formation à l'écoute | BICE RCI
Enda ta jeunesse-
action | JEUDA 87 |
| 11. Les ONG en GUINEE face au redressement écono-
mique national | Mission résidente de la Banque Mon-
diale et UNICEF | Juin 1988 |
| 12. Plan de communication :
intégration de l'information-
éducation-comunication dans
les programmes et projets
soutenus par l'UNICEF
en République de GUINEE | UNICEF | Octobre 1993 |
| 13. Enquête CAP sur la san-
té de la mère et de l'enfant
à Conakry. Programme de
mobilisation et plaidoyer
pour la survie, la protection
et le développement de l'en-
fant guinéen | UNICEF | Décembre 1993 |
| 14. Guide méthodologique
des interviews dans la com-
munication sociale en nu-
trition | FAO Rome | 1993 |
| 15. Designing messages for
develoment communication
on audience participation
based approach | BELLA MODY | |

ANNEXE 6
ABREVIATIONS UTILISEES CLASSEES PAR
ORDRE ALPHABETIQUE

CRDI	: Centre de Recherche pour le Développement International
ONG	: Organisation Non Gouvernementale
BICE	: Bureau International Catholique pour l'Enfance
APFP	: Animation Parmi les Femmes Pour les Femmes
AGED	: Association Guinéenne de l'Enseignement et de l'Education pour le Développement
APAC	: Association des Professionnelles Africaines pour la Communication
COFG	: Coordination des ONG Féminines de Guinée
AG/EPE	: Association Guinéenne Enfant pour Enfant
AFAFSI	: Association pour la Femme Africaine contre le Sida
ASEFEGUI	: Association des Sages-Femmes de Guinée
ASEFGMASSI	: Association des Femmes Guinéennes pour la lutte contre les Maladies Sexuellement transmissibles et le SIDA
AGFC	: Association Guinéenne des Femmes Chercheurs
AFGRED	: Association des Femmes Guinéennes pour la Recherche et le Développement
ANNG	: Association des Anciennes Normaliennes de Guinée
GFAG	: Groupe des Femmes d'Affaires de Guinée
SIDALERTE	
AGBEF	: Association Guinéenne du Bien-Etre Familiale

CIFAD GUINEE : Comité International des femmes Africaines pour le Développement

GERCCOP : Groupe d'Etude d'Education et de Recherche

CERAPIP : Centre d'Information, de Recherche et d'Action pour la Promotion des Initiatives Paysannes

ASED : Association pour la Sauvegarde de l'Environnement et le Développement

AFEM : Association pour la Promotion de la Femme en Milieu Rural

CULTUBASE : Organisation pour le développement socio-culturel à la base.